

Pismo naukowe. Komunikacja i nauki o mediach.
Journal of communication and media science

ISSN 2545-2320



FAKE NEWS

RADA NAUKOWA

dr hab. Agnieszka Hess
Uniwersytet Jagielloński

dr hab. Tomasz Gackowski
Uniwersytet Warszawski

dr hab. Marek Mazur
Uniwersytet Śląski

dr Małgorzata Adamik-Szysiak
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie

dr Katarzyna Drąg
Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie

dr Joanna Kędra
*Postdoctoral Researcher, Department of Language and
Communication Studies, University of Jyväskylä*

dr Katarzyna Kopecka-Piech
Uniwersytet Wrocławski

dr Małgorzata Łosiewicz
Uniwersytet Gdański

dr Szymon Ossowski
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

dr Michal Vít
EUROPEUM Institute for European Policy

dr Mathias Weber
Johannes Gutenberg University Mainz

REDAKCJA

Michał Bukowski (redaktor naczelny)

Wioletta Klytta (sekretarz redakcji)

Paweł Nowak (redaktor techniczny)

redaktorzy językowi

Katarzyna Lorenc (j. angielski)

Rafał Wietoszek (j. polski)

redaktor statystyczny

Patryk Pagacz

adiustacja

Anna Krzesz

Wioletta Klytta

skład i projekt okładki

Wydawnictwo ToC

ul. Szaflarska 94, 34-400 Nowy Targ

www.toc-editions.com

adres redakcji

Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej

Uniwersytetu Jagiellońskiego

ul. prof. Stanisława Łojasiewicza 4, 30-348 Kraków

com.press.uj@gmail.com

www.compress.edu.pl

**WYDAWCA**

Instytut Dziennikarstwa, Mediów
i Komunikacji Społecznej
Uniwersytetu Jagiellońskiego

SPIS TREŚCI

Fałszywe wiadomości – antydobra w ekosystemie informacji 6

Marek Chyliński

Uniwersytet Opolski

Fake news in the United Kingdom and the United States. A historical-conceptual sketch 24

Tytus Ferenc

Uniwersytet Jagielloński

Pół żartem, pół fake newsem? Fikcyjne wiadomości jako narzędzie satyry na przykładzie działu kulturalnego serwisu „ASZdziennik” 42

Karolina Drabik

Uniwersytet Jagielloński

Sprawozdanie z seminarium: Fake-news – ich wpływ na funkcjonowanie instytucji medialnych. Doświadczenia polskie i zagraniczne praktyki. Kraków, 22 czerwca 2018 r. 64

Paweł Nowak

Uniwersytet Jagielloński

Wizerunek Rafała Blechacza w polskiej prasie – pianista i muzyka poważna w mediach 78

Aleksandra Kowalska

Uniwersytet Warszawski

Przywracanie pamięci Barbarze Sadowskiej w reportażu Cezarego Łazarewicza „Żeby nie było śladów. Sprawa Grzegorza Przemyka” 100

Sławomir Doległo

Uniwersytet Jagielloński

Od redaktora tomu

Zimowy numer „Com.press” poświęciliśmy przede wszystkim problematyce fake newsów. Temat jest ważny i aktualny, a rosnąca liczba fałszywych informacji w dyskursie medialnym i okołomedialnym prowokuje nie tylko do zadawania pytań o przyczyny, skutki i kontekst takiego stanu rzeczy, ale także do konkretnych działań. Naszej refleksji towarzyszy uruchomienie kolejnego serwisu fact-checkingowego, „Konkret 24”, stworzonego przez Grupę TVN, który zamierza weryfikować informacje internetowe. To dowód, że media wreszcie reagują, usiłując nas i siebie bronić przed zalewem fake newsów i postprawdy.

W niniejszym tomie zastanawiamy się, czy „fałszywki” to tylko nowe wcielenie starego problemu „kaczek dziennikarskich”, bylejałości, niechlujności, spotęgowane przez globalną, hipertekstową naturę nowych mediów oraz przybierającą na sile rywalizację ekonomiczną na globalnym rynku mediów, która wymusza pośpiech i motywuje do lekceważenia imperatywu szczególnej staranności w sprawdzaniu faktów? Czy też fake newsy to mało wyszukana, ale najwyraźniej skuteczna strategia i instrument prowadzenia walki politycznej, marketingu, public relations i propagandy w czasach aksjologicznej niepewności?

Numer otwiera artykuł zatytułowany *Fałszywe wiadomości – antydobra w ekosystemie informacji*, który problem fałszywych wiadomości łączy z rozwojem mediów społecznościowych i jednoczesnym brakiem

kompetencji informacyjnych i medialnych po stronie ich użytkowników. Zygmunt Bauman zauważył, że ludzie korzystają z mediów społecznościowych „nie po to, by się jednoczyć, nie po to, by poszerzać swoje horyzonty, lecz przeciwnie – aby utworzyć sobie pewną strefę komfortu, w której jedyną rzeczą, którą słyszą, jest echo własnego głosu, jedyną, jaką widzą – odbicie własnej twarzy”. Uwaga ta dotyczy także części mediosfery kwestionującej rzeczywistość, produkującej fałsz, który winien być traktowany jako antydobro, zarówno w wymiarze prywatnym, jak i publicznym.

„W czasach gdy znaczna część społeczeństwa odbiera i interioryzuje przekazy mediów, których nie tworzą profesjonalści, kontrola treści jest bardzo utrudniona” – napisałem w swoim artykule, apelując o rozpoczęcie dyskusji nad przywróceniem dziennikarstwu pierwotnych funkcji Habermasowskiej „dyskursywnej oczyszczalni”.

Dyskursywny śmietnik we współczesnych mediach jest doskonałą okazją do zaistnienia nowej fali populistycznych elit. Tworząc swoje strategie polityczne, korzystają z informacyjnego bałaganu. Tytus Ferenc w artykule *Fake news in the United Kingdom and the United States. A historical-conceptual sketch* dokonuje historycznej analizy kształtowania się takich programów działania. Jednym z wniosków, do których dochodzi autor, jest to, że pod pozorem walki z fałszywymi wiadomościami współczesne elity mogą budować społeczną akceptację dla ograniczania swobody

wypowiedzi. A może nawet wysublimowanych form neocenzury?

Mniej pesymistycznie patrzy na fake newsy Karolina Drabik. Jej artykuł *Pół żartem, pół fake newsem? Fikcyjne wiadomości jako narzędzie satyry na przykładzie działu kulturalnego serwisu „ASZdziennik”* podkreśla implikacje, jakie dla twórców i odbiorców niesie połączenie obu narracyjnych konwencji. Artykuł porusza kwestie parodiowanych przez ten portal gatunków dziennikarskich, proporcji fikcji i autentyzmu w tekstach, ich aktualności, wartości informacyjnej oraz publicystycznej, a także transparentności całej idei funkcjonowania serwisu.

Część tematyczną numeru zamyka sprawozdanie Pawła Nowaka z seminarium poświęconego wpływowi fake newsów na funkcjonowanie instytucji medialnych, które odbyło się w Krakowie w czerwcu 2018 r.

W dziale varia publikujemy dwa artykuły: *Wizerunek Rafała Blechacza w polskiej prasie – pianista i muzyka poważna w mediach* autorstwa Aleksandry Kowalskiej oraz *Przywracanie pamięci Barbarze Sadowskiej w reportażu Cezarego Łazarewicza „Żeby nie było śladów. Sprawa Grzegorza Przemyka”* napisany przez Sławomira Doległę.

Marek Chyliński

FAKE NEWS



► **Marek Chyliński** – profesor Uniwersytetu Opolskiego w Katedrze Komunikacji Społecznej i Dziennikarstwa. Dziennikarz i medioznawca. W 2016 r. uzyskał na Uniwersytecie Warszawskim stopień doktora habilitowanego nauk społecznych w dyscyplinie nauki o mediach (jako pierwszy w Polsce w tej dyscyplinie). Zainteresowania badawcze skupiają się wokół procesów pracy dziennikarskiej, ze szczególnym uwzględnieniem poszukiwania informacji i zarządzania informacją, metodologii dziennikarskiej, problematyki jakości przekazów medialnych, normatywnych teorii mediów. Współautor (z prof. Stephanem Russ-Mohlem) podręcznika „Dziennikarstwo”. Jest członkiem Rady Stowarzyszenia Wydawców Prasy (WAN IFRA) w Paryżu, przewodniczącym Sądu Koleżeńskiego Izby Wydawców Prasy w Warszawie.

► **ORCID: 0000-0003-0046-2574**

Fałszywe wiadomości – antydziała w ekosystemie informacji

Marek Chyliński

chylinski.marek@gmail.com

UNIwersytet OPolski

ABSTRAKT

W sondażu przeprowadzony w lutym 2018 r. na zlecenie Komisji Europejskiej 48 proc. Polaków przyznało, że codziennie lub prawie codziennie spotyka się z wiadomościami, które zniekształcają rzeczywistość lub są nieprawdziwe; 27 proc. spotyka się z fake newsami przynajmniej raz w tygodniu. Raport potwierdza, że problem fałszywych wiadomości i dezinformacji narasta. Znaczna część odbiorców mediów ma świadomość utrudnień w dostępie do rzetelnych źródeł informacji, wprowadzania w błąd, celowej dezorientacji, która wywołuje trudności ze zrozumieniem i interpretacją zjawisk. Wychodząc z założenia, że działania informacyjne podejmowane przez media nosiły dotąd cechy produkcji dóbr publicznych o użytecznym charakterze, w niniejszym artykule traktuje się fałszywe wiadomości i postprawdę jako antydziała wywołujące negatywne efekty w komunikacji społecznej. Wskazując konsekwencje dystrybucji alternatywnych faktów i fałszywych wiadomości dla podstawowych kategorii normatywnych, takich jak wolność słowa i swoboda przepływu informacji, postuluje się wdrażanie edukacji medialnej. Przeprowadzona przeze mnie w latach 2012–2017 obserwacja i analiza sposobów poszukiwania i przetwarzania informacji we współczesnych mediach pozwoliła sformułować wniosek, że upadek monopolu tzw. wielkich mediów i skokowy wzrost znaczenia mediów społecznościowych jako źródeł informacji doprowadziły do zdevaluowania imperatywu prawdy jako zasady dyskursu publicznego, a w konsekwencji do głębokiej deprofesjonalizacji dziennikarstwa i mediów. W ten sposób powstały sprzyjające warunki do rozpowszechniania mylących i fałszywych informacji.

**SŁOWA KLUCZOWE: FAŁSZYWE INFORMACJE, FAKTY
ALTERNATYWNE, DOBRA INFORMACYJNE, WERYFIKACJA FAKTÓW**

ABSTRACT

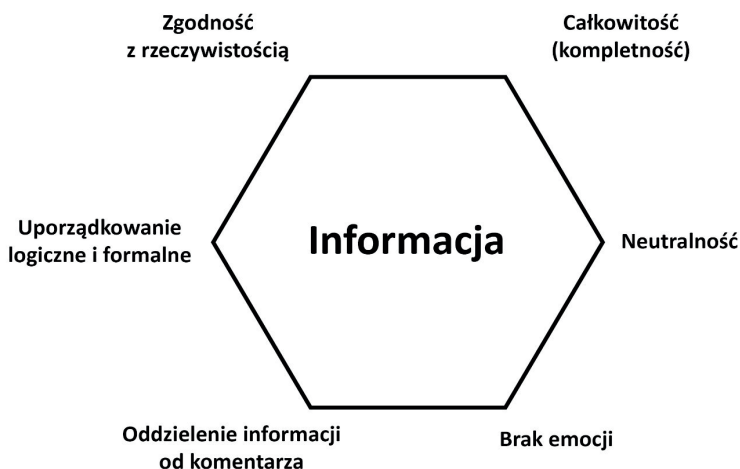
A survey by European Commission, conducted in February 2018 shows, that 48 percent of Poles receive false information every day or almost every day. At the same time a significant proportion of media recipients are aware of difficulties in accessing reliable information. Fake-news is spread with the intent to intentionally mislead and disorientate the readers, which causes difficulties in understanding and interpreting the events. Assuming that the information activities undertaken by the media should bear the characteristics of producing public goods of a useful nature, this article discusses fake-news and post-truth and its negative effects on social communication. Pointing out the consequences of the distribution of alternative facts and this false information for freedom of speech and the free flow of information, the article suggests the implementation of media literacy. Between 2012 and 2017 the author analyzed the ways of searching and processing information in Polish media. His findings suggest, that the fall of the monopoly of the so-called Great media and the rapid rise of social media as a source of information, led to the omission of the truth imperative as a principle of public discourse, and consequently, to a deprofessionalisation of journalism and the media. This created the best environment for spreading of misinformation and fake-news.

KEY WORDS: FAKE-NEWS, ALTERNATIVE FACTS, INFORMATION GOODS, FACT-CHECKING

Brexit i zwycięstwo wyborcze Donalda Trumpa wywołały komunikacyjne zawirowania na niespotykaną skalę, określane często jako „informacyjna wojna” (Schudson, Zelizer, 2018; Boczkowski, Papacharissi, 2018). Wydarzenia roku 2016 pozwalają wyznaczyć cezurę końca ładu „wielkich mediów”, funkcjonujących w oparciu o paradygmat prawdziwości przekazów, oraz początek ery rozprzestrzeniania celowo spreparowanych dezinformacji i „faktów alternatywnych”. Zjawiska te przybrały na tyle poważne rozmiary, że możemy mówić o destrukcji lub paraliżu co najmniej kilku ważnych obszarów życia społecznego, w tym polityki. Odpowiedzialnością za *fake-news* i *post-truth* obarczono rynkowe priorytety firm, takich jak Google, Facebook i Twitter, sprzyjających generowaniu kłamstw w celu zwiększenia frekwencji użytkowników. Drugą przyczyną miałyby być aterytorialność cyberprzestrzeni, wykluczająca stosowanie tradycyjnej jurysdykcji państwowej, a tym samym osłabiająca represyjne działanie prawa krajowego wobec rozpowszechniania nieprawdy (Kulesza, 2010, s. 218–219).

W niniejszym artykule zaproponowano odmienne podejście. Przyczyn komunikacyjnej destrukcji, narastających zakłóceń w transmisji tradycji i odtwarzaniu relacji społecznych upatruję w obniżającym się poziomie profesjonalnych praktyk dziennikarstwa i mediów oraz w braku elementarnych kompetencji medialnych odbiorców. Paradoksalnie poziom stechnologizowania i złożoności informacyjnej społeczeństwa sieciowego powoduje trudności w odróżnianiu tego, co prawdziwe, od tego, co pozorne. W tym tekście staram się wykazać, że rozprzestrzenianie fałszywych wiadomości, postrzeganych jako antydobra lub dobra poślednie, niższego rzędu, stanowi istotne naruszenie warunków dyskursu kulturowego i politycznego, a przede wszystkim nadużycie wolności słowa. Sugerując, że w dziejach mediów technologia i innowacje niejednokrotnie doprowadzały do zakłócania modeli przekazu, uznaję pojawienie się takich zjawisk, jak fałszywe wiadomości i postprawda, za mogące wyznaczać horyzont pętli ewolucyjnej mediów.

Rysunek 1. Czynniki konstytutywne informacji.



Źródło: koncepcja własna

Dla zachowania spójności logicznej i pojęciowej w niniejszym tekście przyjęto, że:

1. Dobra informacyjne oznaczają zasoby, dzięki którym człowiek „przystosowuje swoje zmysły do nowych okoliczności” (Wiener, 1979, s. 29). Oznacza to, że przekaz staje się informacją jedynie wtedy, gdy jest zgodny z rzeczywistością, kompletny, bezstronny, pozbawiony komentarza, emocji, uporządkowany logicznie i dzięki

tym warunkom może konstruktywnie wpłynąć na jakość podejmowanych decyzji (rys. 1).

2. Informację potraktowano jako dobro i analogicznie antydobro, zarówno w znaczeniu dobra publicznego, jak i prywatnego. Jako dobro publiczne nie podlega ograniczeniu dostępu, gdyż koszt jego wytworzenia rozkłada się na całe społeczeństwo, zaś jako dobro prywatne, posiadające określoną wartość użyteczną, wymaga poniesienia kosztu nabycia, umożliwiającego użytkowanie.

CZYM JEST, A CZYM NIE JEST FAKE NEWS?

Fake news, czyli „fałszywa wiadomość”, oznacza celowo sfabrykowane materiały informacyjne mające za zadanie wprowadzenie czytelnika w błąd (Alcott, Gentzkow, 2017). Zauważmy, że definicja fake newsa zawęża znaczenie tego pojęcia wyłącznie do tych informacji, które miały wyraźne motywy i inspiracje w manipulowaniu rzeczywistością, wykluczając kilka pokrewnych kategorii, takich jak wiadomości niepotwierdzone i pochodzące z nieznanego lub niepewnego źródła (plotki), teorie spiskowe, wiadomości zwodnicze, ale nie całkowicie fałszywe, pogłoski itp. Próbując zatem rozszerzyć powyższą definicję, przyjąłem, że fake news oznacza wiadomość nieprawdziwą, która nie odpowiada faktom, jest niedokładna, kłamliwa lub zmanipulowana. Łamiąc postulat prawdy i zakłócając aksjologiczny kontekst relacji nadawca-odbiorca, fake news uniemożliwia poznanie zdarzeń, nadawanie znaczenia faktom, odkrywanie związków zachodzących między przedmiotem poznania a myślą (Chyliński, 2014). Jak każda dezinformacja, fałszywa wiadomość podważa zaufanie odbiorców również wobec tych nadawców, którzy transmitują rzetelny obraz rzeczywistości (rys. 2).

Rodzajem fake newsa są przekazy medialne, w których tytuł i wprowadzenie nie korespondują z treścią (RMF, 2017), a także publikacje, w których fakty zostały przedstawione w fałszywym kontekście. Ponadto, jak w każdej dezinformacji, również w dezinformacji przy użyciu fałszywych wiadomości w strukturze przekazu bardziej od faktów liczą się emocje. Niemniej fałsz i działanie wbrew czyimś oczekiwaniom lub na czyjąś szkodę pozostają desygnatami fake newsa.

Fake news bywa kojarzony z propagandą, co nie zawsze jest uzasadnione. Samo sfabrykowanie historii, brak sprawdzalnych faktów, wiarygodnych źródeł, natarczywość połączona z manipulacją to za mało.

Propaganda zakłada bowiem selektywne wykorzystywanie informacji do celów politycznych. O ile więc w sfabrykowanej historii nie pojawia się element społecznego lub politycznego zaangażowania, nie powinno się go identyfikować z propagandą. Natomiast zarówno fałszywe wiadomości, jak i propaganda uniemożliwiają obywatelom zrozumienie świata oraz uczestniczenie w demokracji i kulturze, zmieniają też sposób konsumpcji mediów.

Rysunek 2. Czynniki konstytutywne dezinformacji i fake newsa.



Źródło: koncepcja własna

Błędne i nieuzasadnione jest natomiast kojarzenie fake newsa z parodią informacji obecną zazwyczaj w satyrze oraz jawną lub ukrytą reklamą, której celem jest wprowadzanie w błąd lub wyzyskanie niemożności zrozumienia przekazywanej informacji. O ile w satyrze krytykuje się zjawiska poprzez ich wyolbrzymienie lub ośmieszenie, o tyle w przypadku reklamy chodzi o treści przerysowane, ubarwione, a nawet zwodnicze.

Fake news ma swoje historyczne konotacje. Mistyfikacje, nonsensy, półprawdy i zmyślenia były typowe dla XVII- i XVIII-wiecznych gazet niemieckich, angielskich i francuskich, w których metody i techniki zbierania i dokumentowania materiałów dziennikarskich nie podlegały ustalonym standardom profesjonalnym. Dlatego pod koniec XVII wieku redaktorzy niemieckich gazet zaczęli zaznaczać wypaczone fakty literami *NT*, co mogło oznaczać *Non testatur* (nie potwierdzono). Wymawiany głośno skrót *NT* brzmiał *Ente*, czyli po niemiecku „kaczka”. Z czasem tym mianem zaczęto określać wszelkie niesprawdzone wiadomości („kaczki

dziennikarskie”). Należy podkreślić, że w perspektywie historycznej wiadomości prawdziwe i nieprawdziwe rozprzestrzeniały się zarówno wśród mniejszości poruszającej się w świecie słowa pisanego, jak i wśród tych, którzy nie mieli możliwości myślenia słowami-symbolami (analfabetów). Tym samym informacja nie mogła stanowić źródła jednoznacznej przewagi konkurencyjnej. Pod koniec XIX wieku kolejnym czynnikiem destabilizującym ład informacyjny stał się tani papier gazetowy i rotacyjna prasa drukarska, a w konsekwencji pojawienie się tabloidów. Sto lat później, pod wpływem nowych technologii, doszło do kolejnych rewolucji komunikacyjnych. Do rozpowszechniania treści media zaczęły wykorzystywać platformy społecznościowe, komunikatory, urządzenia mobilne oraz boty, które znacznie ułatwiły obieg nieprawdziwych informacji. Formułując swoją głośną teorię „trzeciej fali informacyjnej” (Toffler, 1997; 2003), Alvin Toffler nie przewidział pojawienia się masowej dezinformacji w przestrzeni komunikacyjnej mediów, tym bardziej że w jego ujęciu informacja poprzedza wiedzę, staje się źródłem przewagi konkurencyjnej, tworzy jądro infosfery. W świecie opartym na informacji fake news, podobnie jak kiedyś przekazy oparte na mistyfikacji, emfazie, ingracjacji, emocjach, musiał być uznany za czynnik dezorganizujący, inicjujący rzeczywistość alternatywną, nieprzewidywalną, niedającą się zaplanować. Przypomnijmy jednak, że autor *Trzeciej fali* zakładał, że różne formy i fazy cywilizacyjne będą się na siebie nakładać, co więcej – przewidywał opór ze strony obrońców starego porządku i możliwość krótkotrwałego powrotu starych rozwiązań. Ukazuje to, jak trudnym i obciążonym sporym ryzykiem zadaniem jest prognozowanie procesów historycznych. Rozumując według tych schematów, można przyjąć, że fake news stał się nieplanowanym skutkiem powrotu do mediów amatorskich, dialogicznych i kolektywnych.

W zaproponowanej przez Denisa McQuaila koncepcji użytkowania mediów oraz powiązanej z nią typologii skutków mediów (McQuail, 2018) jednym z ważniejszych czynników zaproponowanej przez tego autora koncepcji jest intencjonalność przekazów oznaczająca możliwość planowania skutków działania mediów. Gdyby przeanalizować fałszywe wiadomości pod tym kątem, to należałoby je uznać za zaprzeczenie wskazanych przez McQuaila przesłanek, takich jak kontynuacja kultury i wartości, uporządkowanie obrazu świata, integracja, stabilizacja, przywództwo i socjalizacja.

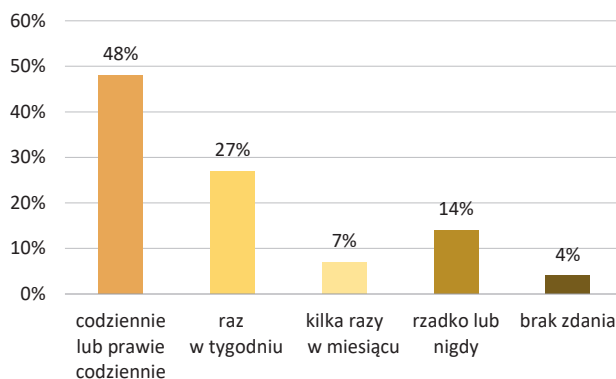
Przejdźmy do prezentacji przykładów fake newsów. Wiosną 2018 roku w amerykańskim internecie pojawiła się informacja, że córka byłego prezydenta USA Malia Obama, studentka Uniwersytetu Harwarda, przedstawiła pracę zaliczeniową, której tematem był „idealny świat bez białych ludzi”.

Władze uczelni uznały, że wypowiedź zawiera treści rasistowskie i zawiesiły dziewczynę w prawach studenta. Po kilku godzinach zdementowano całą historię, wskazując, że oprócz imienia i nazwiska bohaterki oraz nazwy uczelni nie ma w niej krzty prawdy (Sherman, 2018).

Działaczka niemieckiej Partii Zielonych Renate Künast została zacytowana przez kilku użytkowników Facebooka. Przytoczono jej rzekomą wypowiedź dotyczącą głośnego morderstwa na tle rasowym we Fryburgu. Jako źródło cytatu podano opiniotwórczy dziennik „Süddeutsche Zeitung”. Przytoczone słowa były zmyślane – zarówno gazeta, jak i ich rzekoma autorka z cytatem nie mieli nic wspólnego. Mimo to kontrowersyjna wypowiedź przez kilka dni funkcjonowała w serwisie, choć portal został poinformowany, że to celowa dezinformacja. Künast wytoczyła Facebookowi proces.

Obawy przed podobnymi fałszywkami i atakami hakerów, które mogłyby wpłynąć na opinię publiczną, sprowokowały dyskusję nad odpowiedzialnością szeroko rozumianych pośredników internetowych. Ich stanowisko od lat pozostaje jednak niezmiennie: „jesteśmy tylko dostawcą usług technicznych”.

Rysunek 3. Kontakt Polaków z fałszywymi wiadomościami w 2018 r.



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania Eurobarometr (2018)

Na przełomie 2017 i 2018 roku polskie serwisy społecznościowe obiegły zdjęcia rzekomego amerykańskiego generała w koszulce Komitetu Obrony Demokracji, któremu towarzyszyli polscy i europejscy politycy. Fotografom towarzyszyły cytaty, w których „generał” krytykował lidera Prawa i Sprawiedliwości. Wkrótce w prawicowym piśmie „Polska Niepodległa” zamieszczono artykuł o Kufie Drahrepusie.

Kiedy ujawniono fałszywkę, autor artykułu stwierdził, że dokonał „podwójnej prowokacji”, aby wyśmiać bohaterów reportażu śledczego TVN, neonazistów ze Śląska świętujących urodziny Hitlera. Jednocześnie zasugerował, że historia Drahrepusa i młodych hitlerowców to podobne fake newsy (Godziński, 2018).

Znacznie poważniejszy charakter miała publikacja dziennikarzy portalu Onet.pl pt. *Amerykańskie sankcje wobec polskich władz*, w której napisano, że w odpowiedzi na przyjęcie zmian w ustawie o IPN amerykański rząd wprowadził retorsje wobec polskich władz, polegające m.in. na tym, że ani prezydent, ani wiceprezydent USA nie będą się spotykać z polskim prezydentem i premierem. Autorzy materiału, Andrzej Stankiewicz i Andrzej Gajcy, swoje ustalenia mieli oprzeć na nieujawnionej notatce polskiej ambasady w Waszyngtonie. Część mediów, dziennikarzy i polityków zarzuciła portalowi, że podał nieprawdziwe informacje, a jeden z posłów PiS zapowiedział przygotowanie projektu ustawy przewidującej finansowe sankcje za publikację „kłamstw medialnych”, które będą ścigane z urzędu przez prokuraturę.

Wszystkie przytoczone przykłady, mimo różnej wagi i wywołanych skutków, łączy dystynktywna cecha fałszowania wiadomości – celowe działanie. W takim ujęciu są one przeciwieństwem informacji, a szerzej – dóbr informacyjnych i należy je traktować jako antydobra zakłócające dyskurs społeczny i warunki konkurencji w obszarze komunikacji społecznej.

DOBRA INFORMACYJNE

Dobra informacyjne dostarczają wiedzy o istotnych zdarzeniach, niezbędnej w sprawach praktycznych, służącej do podejmowania decyzji, zaspokajania ciekawości, potwierdzania słuszności własnych przypuszczeń lub przekonań. Należą one do podstawowych społecznie pożądaných dóbr. Panuje przekonanie, że powinny być one dystrybuowane na zasadzie niekomercyjnej. Część z nich z przyczyn rynkowych nie może jednak spełnić tego postulatu. Obok zaspokajania uniwersalnych potrzeb poznawczych odbiorców ich zadaniem jest zmniejszanie poziomu niepewności wobec różnorodnych wyzwań. Z teleologicznego i utylitarne go charakteru informacji wpływa zarówno jej powszechny i ogólnodostępny charakter, jak i możliwość obrotu gospodarczego na zasadach komercyjnych, jak w przypadku mediów czy serwisów informacyjnych. Ricky W. Griffin przypisuje informacji takie cechy, jak dokładność, aktualność, kompletność

i odpowiedzialność (Griffin, 2000, s. 676). W tym ujęciu informacja, choć ulotna i często bezpłatna, ma charakter wybitnie rynkowy, nosi cechy cennego i użytecznego dobra. Znosząc nieokreśloność, buduje rzeczywisty obraz faktów i zdarzeń (Fondin, 2005[2010]). To właśnie ta przesłanka sprawia, że dobra informacyjne są postrzegane jako znaczący kapitał.

W przeszłości ludzie prasy wyznaczali wartość, jaką odbiorcy byli gotowi płacić za wiadomości, które cechował większy lub mniejszy stopień pewności i ekskluzywności. Wartość niedoskonałej, niesprawdzonej informacji była odpowiednio niższa niż wartość informacji pewnej. Doskonaląc techniki pozyskiwania i przetwarzania informacji, komunikacji i organizacji, człowiek tworzył wciąż nowe dynamiczne rynki informacyjne, które z czasem zaczęły wyznaczać nowy układ dominacji ekonomicznej, sprawniejsze działania administracyjne.

Dla Manuela Castellsa informacja staje się paradygmatem społeczeństwa sieci, jego podstawowym surowcem i obiektem wymiany (Castells, 2007, s. 79 i n.). Tak jak dla Tofflera i Griffina, również dla niego wartość informacji sprowadza się do możliwości jej wykorzystania w konkretnym działaniu. Tymczasem w przypadku fake newsa użyteczność nie wchodzi w grę, gdyż mamy do czynienia z konkurencją „towaru”, którego zadaniem nie jest epistemologiczne redukcjonowanie nieokreśloności, lecz wprowadzanie w błąd, przedstawianie rzeczywistości zniekształconej lub spekulatywnej. W kategoriach *stricte* ekonomicznych fałszywe wiadomości noszą wszelkie cechy towaru wysoce konkurencyjnego, posiadającego przewagę pod względem kosztów wytworzenia oraz jakości. Obydwa te czynniki uderzają przy tym nie w marżę zysku i wielkość produkcji istniejących firm medialnych, lecz w sam ich fundament. Pojawienie się takich dóbr przewidywał przed laty Joseph Schumpeter, autor teorii cykli koniunkturalnych indukowanych przez przełomowe innowacje (Schumpeter, 1942[1994], s. 82–83). Zwrócił on uwagę na nowe technologie i nowe sposoby organizacji produkcji, które podważają istnienie całych sektorów gospodarki¹. Współczesnym przejawem destruktywnej konkurencji są media społecznościowe, fotografia cyfrowa, tanie linie lotnicze czy komunikatory Skype i Messenger. To one doprowadziły do zmiany jakościowej całych sektorów gospodarki. Jedną z konsekwencji rewolucji nowych mediów i serwisów społecznościowych, którą traktować należy jako „innowację zakłócającą” (Christensen, 1997, s. xviii), jest dziś nabywanie antydóbr informacyjnych – fałszywych wiadomości, zaburzających komunikację w sferze publicznej. Wymuszony

¹ Do idei twórczej destrukcji Schumpetera nawiązał Manuel Castells (Castells, 1996, s. 6).

ekonomicznie model zakładający niskie koszty produkcji automatycznie obniża jakość (wiarygodność) informacji. Oszczędności w redakcjach prowadzą do ograniczeń w pracy ze źródłami, a w konsekwencji do powstawania błędów, przekłamań, uproszczeń, a w skrajnych przypadkach mistyfikacji, których przejawem jest fake news.

Przykładem *disruptive innovations* w gospodarce informacyjnej jest wyszukiwarka Google, do niedawna oparta na technologii PageRank, śledzącej i obliczającej wartość każdej ze stron www na zasadzie indeksowania. Jej pojawienie się zmieniło zasady funkcjonowania znanych modeli komunikacyjnych i biznesowych, opierających się na wyszukiwaniu i dostarczaniu informacji. Zmieniło też zasady funkcjonowania tradycyjnych mediów. Do innowacji tego typu należą również serwisy i aplikacje, których działanie opiera się na tworzeniu grup użytkowników, inicjowaniu i podtrzymywaniu więzi między nimi, umożliwianiu wymiany informacji i idei w postaci tekstów, zdjęć, filmów i innych form twórczości.

ANTYDOBRA INFORMACYJNE I CYFROWA PUŁAPKA

Upadek dominacji zbliżonych do siebie kulturowo i ekonomicznie grup medialnych, skupiających uwagę masowych odbiorców na własnych przekazach oraz treściach dostarczanych przez partnerów biznesowych (reklama), miał poważne konsekwencje dla jakości przekazu. Odkąd treść zaczęła krążyć pomiędzy milionami użytkowników bez ingerencji osób trzecich, filtrowania, sprawdzania faktów, oceny redakcyjnej, postępowała erozja modelu „jeden do wielu”. Internet zlikwidował bariery komunikacyjne, możliwość kontroli i nadzoru nad kanałami łączności. Treści mogły się rozprzestrzeniać bez żadnych ograniczeń. Skokowy wzrost znaczenia serwisów społecznościowych jako źródeł informacji doprowadził do dezintegracji prawdy jako zasady dyskursu dziennikarskiego, a w konsekwencji do utraty zaufania ze strony odbiorców. Prasa, która przez blisko dwieście lat stanowiła oparcie dla zawodu dziennikarskiego, trafiła na margines przemysłu medialnego. Stymulowany przez zmiany społeczne i innowacje technologiczne świat współczesnych mediów stał się skomplikowany jak nigdy dotąd.

Zmiany w charakterze zasobów informacyjnych, charakterystyczne dla przełomu XX i XXI stulecia, przyniosły daleko idące przekształcenia technicznej strony obrotu informacją. Znaczna część odbiorców mediów

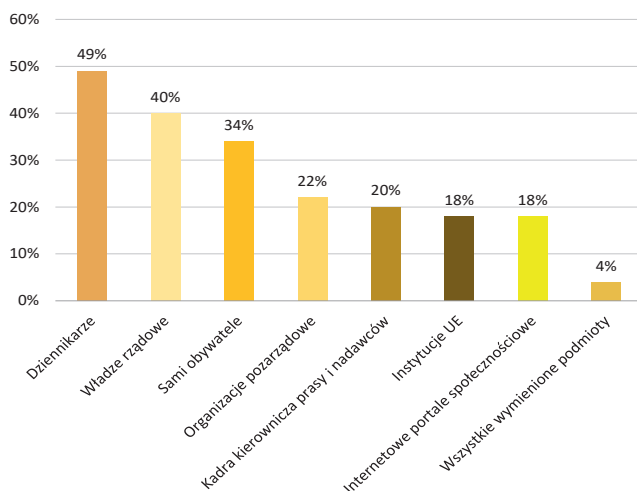
ma świadomość, że znalazła się w cyfrowej pułapce, do której docierają treści niesprawdzone, nierzetelne, pochodzące z fałszywych lub anonimowych źródeł, podawane w niewłaściwym kontekście, wywołujące szum informacyjny i trudności z ustaleniem hierarchii ważności, jednak niewielu podejmuje wysiłek *gatekeepingu* i weryfikacji zawartości informacji. Wynika to przede wszystkim z niedostatków kompetencji medialnych, braków wiedzy o źródłach informacji, nieumiejętności jej sprawnego wyszukiwania, porządkowania, filtrowania, czyli kompleksu procesów składających się na *fact-checking*, który z profesjonalnej praktyki redakcyjnej przekształcił się w rodzaj gry z publicznością, w której analizuje się genezę kłamstwa i tropi jego rozprzestrzenianie w mediach (Stanuch, 2018, s. 15).

W literaturze przedmiotu nie zwrócono dotąd uwagi na jeszcze jeden istotny kontekst zakłócającego wpływu fake newsa. Chodzi o aspekt normatywny związany z prawem własności intelektualnej i prawem konkurencji. „Fałszywka”, stanowiąc naśladownictwo oryginalnego produktu, zakłóca przestrzeń obrotu prawami autorskimi. Gdyby zjawisko fałszywych informacji odnieść do ustawy z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (Dz.U. 2018, art. 14), okazałoby się, że spełniają one przewidziane w niej przesłanki czynu zabronionego. Niestety w odniesieniu do sfery informacyjnej skuteczne zastosowanie tej podstawy jest wątpliwe.

DEPROFESJONALIZACJA MEDIÓW I DZIENNIKARSTWA

Strukturalny kryzys mediów, głównie prasy, lecz w coraz większym stopniu również telewizji i radia, odbija się na jakości dziennikarstwa i debaty publicznej, a także na poziomie demokracji. Jednym ze skutków jest narastająca w wielu krajach fala populizmu. Presja czasu, rosnąca liczba zadań niezwiązanych z poszukiwaniem i opracowywaniem treści, lecz z jej pozycjonowaniem i promowaniem w social mediach, deprofesjonalizacja researchu, rezygnowanie z bezpośrednich rozmów ze świadkami wydarzeń na rzecz relacji zamieszczanych w mediach społecznościowych – wszystko to sprawia, że przestrzeń publiczną zalewa fala niesprawdzonych wiadomości, a dawni „kontrolerzy” nie są w stanie reagować skutecznie².

² Zjawisko przepływu treści pomiędzy tradycyjnymi i nowymi mediami w polskiej literaturze przedmiotu zauważone zostało po raz pierwszy w mojej publikacji (Chyliński, 2012, s. 11–24).

Rysunek 4. Kto powinien zapobiegać rozpowszechnianiu fałszywych wiadomości?

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania Eurobarometr (2018)

Determinację dziennikarzy w próbie odwrócenia tych tendencji dostrzegła Natalie Fenton w tekście pod wymownym tytułem *Tonąc lub unosząc się na falach? Nowe media, dziennikarstwo a demokracja w erze cyfrowej*. Angielska autorka zauważyła zmieniające się relacje pomiędzy etosem profesji dziennikarskiej, osadzonym w codziennych praktykach demokracji, a konkretnymi wyzwaniami środowiska mediów, wynikającymi z przesłanek ekonomicznych, społecznych, politycznych i technologicznych (Fenton, 2010, s. 3). Jednym z najważniejszych przejawów transformacji dziennikarstwa jest według Fenton wyrazisty podział na dziennikarstwo wysokiej jakości, opiniotwórcze, deliberatywne, współtworzące ramy demokracji oraz dziennikarstwo, w którym brakuje trzeźwej oceny rzeczywistości, dostarczające wiadomości bez informacji, wiedzę bez wiedzy, mity zamiast faktów. W takim dziennikarstwie prawda przestaje być ciekawa, bo jest zbyt skomplikowana, w takich mediach dziennikarze zabawiają i usypiają ludzi. Formułę nowego typu dziennikarstwa zaniedbującego sprawdzanie wiadomości wyznacza koncentrowanie się na wymiarze czynności zawodowych z pominięciem aspektów etycznych, a zatem ograniczenie kategorii profesjonalizmu do efektywnego realizowania praktyk komunikacyjnych, których wyznacznikami stają się skupianie uwagi, komercjalizacja, konsumpcja, przekraczanie norm, wreszcie nadmierna rutynizacja procesów pracy, eliminująca w dużej mierze pierwiastki twórcze na rzecz marketingowych. Konsekwencją stały się zmiany standardów,

obyczajów i praktyk zawodowych. Tym niemniej odbiorcy wciąż oczekują przede wszystkim od dziennikarzy, że stworzą barierę chroniącą ich przed fałszywkami (rys. 3). W dalszej kolejności jako podmioty odpowiedzialne za kontrolę stawiają oni władze rządowe, siebie samych, organizacje pozarządowe czy właścicieli i menedżerów mediów. Wśród odpowiedzialnych dopiero na siódmym miejscu wymieniono media społecznościowe, co może świadczyć o tradycyjnym rozumieniu ról i zadań klasycznych mediów i niedostrzeganiu odpowiedzialności firm technologicznych, serwisów społecznościowych i nowych mediów osobistych. Reakcje odbiorców wywołują zamęt na rynku informacyjnym.

„Jesteśmy pogrążeni w ciemności. Nie wiemy, co się dzieje” – wyznał Alexios Mantzarlis, dyrektor Międzynarodowej Sieci Kontroli Faktów w renomowanym Poynter Institute for Media Studies na Florydzie, który jako zewnętrzny podmiot prowadzi kontrolę faktów na Facebooku (Mantzarlis, 2016). Tradycyjne media, w tym amerykańscy wydawcy z „New York Times”, „Wall Street Journal” i „The Washington Post”, wciąż się wahają, czy powinni wesprzeć walkę z fałszywkami w mediach społecznościowych, czy pozostawić to użytkownikom i właścicielom tych serwisów. Redakcja tego ostatniego dziennika postawiła grupie ekspertów pytanie: „Co sprawia, że ludzie mają zaufanie do niektórych źródeł wiadomości, a inne postrzegają jako fałszywe?”³ W USA najlepszą opinią cieszą się media publiczne – telewizja PBS (Public Broadcasting Service) i National Public Radio oraz agencja Associated Press. Po drugiej stronie są m.in. Huffington Post, Breitbart oraz stacja FOX News (Lakshmanan, 2017).

Również w dyskursie naukowym winą za eksplozję fake newsów oskarżane są amerykańskie korporacje cyfrowe, które nie podjęły należytych działań prewencyjnych i zbyt późno zareagowały na wzbierającą falę dezinformacji. Krytyka napędzana jest dodatkowo wiadomościami o rosnących zyskach amerykańskich gigantów, które w żaden sposób nie przekładają się na kontrolę jakości przepływających przez nie informacji. Facebook i Google zadeklarowały udzielenie wielomilionowego wsparcia dla dziennikarstwa i mediów. Kierownictwo najpopularniejszej wyszukiwarki promuje Google News Initiative i prowadzone w jej ramach Google News Lab.

³ W styczniu 2017 r. redakcja amerykańskiego dziennika „The Washington Post” zorganizowała panel dyskusyjny w celu określenia zasad, jakie rządzą zaufaniem do źródeł informacji, podważania koncepcji neutralnej prasy, rozwoju skrajnie stronniczych mediów. Jako przyczyny rosnącej nieufności wobec mediów większość dyskutantów wskazała brak obiektywizmu, niski poziom umiejętności korzystania z mediów, rozwój mediów społecznościowych.

Laboratorium zapewnia redakcjom tradycyjnych i internetowych mediów szkolenia i partnerstwo związane z edycją treści cyfrowych, których celem jest zwiększanie innowacyjności europejskiej branży informacyjnej. Antidotum Google na fałszywki internetowe ma być również program MediaWise, który finansuje szkolenia amerykańskich studentów w zakresie odróżniania fałszywych i prawdziwych informacji publikowanych w przestrzeni cyfrowej. Philipp Schindler, jeden z szefów Google, zapewniał, że Google News Initiative ma za zadanie pomóc dziennikarstwu rozwijać się w erze cyfrowej.

Do udziału w swoim projekcie Google zaprosił wielkich wydawców, nadawców i organizacje medialne, takie jak BBC, CNN, „The Guardian”, „The New York Times”, Associated Press. Na przełomie 2017 i 2018 roku moderację i weryfikację informacji publikowanych w sieci prowadziło na świecie już ponad 100 organizacji. W Polsce działaniami na rzecz poprawy jakości debaty publicznej zajmuje się Stowarzyszenie Demagog oraz Stopfake.org – Walka z Nieprawdziwą Informacją.

Antidotum na sieciową dezinformację są również projekty łączące zawodowe media, dziennikarzy obywatelskich, blogerów i informatyków. W Meksyku jeden z największych wydawców prasy AJ+ Español oraz portal Animal Político zainicjowały program pod nazwą Verificado 2018, którego celem jest wykrywanie fałszywych informacji w mediach społecznościowych. Jest to związane z wyborami prezydenckimi w tym kraju. Korzystając z doświadczeń i rozwiązań takich narzędzi, jak CrossCheck, profesjonalnego programu weryfikacyjnego, wolontariusze i profesjonalści ustalają, co w pojawiających się przekazach jest prawdą, a co fikcją. Analizują informacje prasowe, komunikaty, programy wyborcze, sprawdzają liczby, oceniają realność propozycji podawanych przez kandydatów (Owen, 2018).

Pomimo tych inicjatyw wśród analityków przeważa opinia, że to nie ludzie, lecz algorytmy przejmą zadania związane z weryfikacją prawdy. Większość systemów *fact-checkingu* oparta jest na podobnej zasadzie co opracowany przez Schema.org model *Claim Review Markup*, wykorzystujący do analizy algorytm sprawdzający, czy publikowane dane, liczby, statystyki, zestawienia, fakty, daty, nazwiska są zgodne z danymi dostępnymi w innych źródłach.

Z drugiej strony część badaczy przyjmuje prawem paradoksu, że fake news spowoduje wzrost zainteresowania sprawdzonymi treściami i renesans rzetelnego dziennikarstwa. Należy do nich Charlie Beckett z London School of Economics and Political Science, który przewiduje renesans

dziennikarstwa wysokiej jakości (Beckett, 2017). Taką hipotezę zdają się potwierdzać najnowsze wyniki badań nad poziomem zaufania do różnych typów przekazów medialnych. Przeprowadzone w listopadzie 2017 roku sondaże Reuters/Ipsos dowiodły, że od czasu wyborów prezydenckich w USA ogólne zaufanie do mediów wzrosło o 10 procent. Potwierdziły to badania Gallupa i Knighta, wykazując, że zaufanie społeczeństwa do telewizji i gazet jest znacznie wyższe niż do mediów społecznościowych (Lakshmanan, 2017).

XXX

Współczesna przestrzeń komunikacyjna jak nigdy dotąd przesycona jest kłamstwem i dezinformacją podważającymi fundamenty społeczeństwa informacyjnego. W ogromnej ilości danych i wiadomości, które docierają do masowego odbiorcy, znaczna część jest nieprawdziwa, nieścisła lub zmanipulowana. Dziennikarstwo nie jest dziś zaporą przed rozpowszechnianiem mylących i fałszywych informacji. W artykule wskazano, że wśród przyczyn wirusowego rozprzestrzeniania się fake newsów są nie tylko rosnąca popularność mediów społecznościowych, konkurencja, nacisk na nowości i sensację, strategie SEO zachęcające do „klikania”, lecz również elementarne braki kompetencji medialnych u odbiorców – świadomości, jak działają media, znajomości zasad budowania przekazów, zasad filtrowania informacji i krytycznego podejścia do ich zawartości. W czasach gdy znaczna część społeczeństwa odbiera i interioryzuje przekazy mediów, których nie tworzą profesjonaliści, kontrola treści jest bardzo utrudniona. W przywróceniu dziennikarstwu i mediom pierwotnych funkcji „dyskursywnej oczyszczalni”, którą przed dekadą przewidywał Jürgen Habermas (Habermas, 2008, s. 12), „punktu orientacyjnego” lub „latarni morskiej”, wskazanej przez innych autorów (Meier, Bonfadelli, Trappel 2012 s. 28), należy upatrywać szansy na strukturalną przemianę mediów. Z socjologicznego i politologicznego punktu widzenia oczywiste jest, że korzyści z obniżania jakości przekazów odniosły przede wszystkim nowe elity aspirujące do zdobycia i utrzymania władzy. Ponieważ populiści, budując kapitał zaufania przede wszystkim na społecznej ignorancji, chętnie sięgają do manipulacji i dezinformacji, tym istotniejsze jest diagnozowanie i systematyczne badania zawartości przekazu medialnego pod kątem kłamliwych wiadomości, zatruwających przestrzeń komunikacji i demokrację.

BIBLIOGRAFIA

- Allcott, H., Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2). <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>.
- Beckett, Ch. (2017). 'Fake news': the best thing that's happened to journalism. *POLIS: journalism and society Library Service*, 11(03).
- Boczkowski, P.J., Papacharissi, Z. (red.) (2018). *Trump and the Media*, Cambridge: MIT Press.
- Castells, M. (1996). *The Information Age: Economy, Society and Culture The Rise of the Network Society*, Oxford: Blackwell Publishers.
- Castells, M. (2007). *Spółeczeństwo sieci*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN
- Christensen, C.M. (1997). *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*, Boston: Harvard Business School Press.
- Chyliński, M. (2012). Citizen Journalism – New Phenomenon in New Media, W: M. Chyliński (red.), *Citizen Journalism The Future of News or a Grand Utopian Movement* (s. 11-24). Opole: Wydawnictwo Uniwersytetu Opolskiego.
- Chyliński, M. (2014). Prawda jako zasada dyskursu dziennikarskiego. *Zarządzanie w Kulturze*, 15(2) 151-167.
- Eurobarometr (2018). 7–9. 02. 2018, Badanie: 48 proc. Polaków codziennie spotyka się z fake newsem, PAP, 24.03.2018.
- Fenton, N. (2010). Drowning or Waving? New media, Journalism and Democracy, W: N. Fenton (red.), *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age* (s. 3-16). London: Sage Publication.
- Fondin, H. (2005). *La science de l'information ou le poids de l'histoire*, Za: B. Ollivier (2010). *Nauki o komunikacji. Teoria i Praktyka*, Warszawa: Oficyna Naukowa.
- Godziński, B. (2017). *Sympatycy KOD uwierzyli w „amerykańskiego generała”, który krytykuje PiS*, Pobrane z: <http://natemat.pl/229133> (4.04.2018).
- Griffin, R.W. (2000). *Podstawy zarządzania organizacjami*. Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Habermas, J. (2008). Hat die Demokratie noch eine epistemische Dimension? Empirische Forschung und normative Theorie. *Politische Soziologie*, 2, 9-38.
- Kulesza, J. (2010). *Ius Internet. Między prawem a etyką*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

- Lakshmanan, I. (2017). *Half of America thinks we're making it up*, Pobrane z: <https://www.poynter.org/news/half-america-thinks-were-making-it> (12.04.2018).
- Mantzarlis, A. (2016). Fact check: This is not really a post-fact election. *The Washington Post*, 10(07), Pobrane z: https://www.washingtonpost.com/opinions/fact-check-this-is-not-really-a-post-fact-election/2016/10/07/7ef5f8fa-85c0-11e6-92c2.14b64f3d453f_story.html?noredirect=on&utm_term=.c822617041f2 (4.04.2018).
- McQuail, D. (2018). *Teoria komunikowania masowego*, Warszawa: PWN.
- Meier, W.A., Bonfadelli H., Trappel, J. (red.) (2012) *Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmedien wir*, Berlin-Wien: LIT Verlag.
- Owen, L.H. (2018). *WhatsApp is a black box for fake news. Verificado 2018 is making real progress fixing that*, Pobrane z: <http://www.niemanlab.org/2018/06/whatsapp-is-a-black-box-for-fake-news-verificado-2018-is-making-real-progress-fixing-that/> (5.07.2018).
- RMF FM. *Adolf Hitler nadal żyje?* Pobrane z: <https://www.rmfm.com/magazyn/news,9757,adolf-hitler-nadal-zyje-128-letni-mezczyzna-z-argentynty-twierdzi-ze-to-wlasnie-on-nim-jest.html> (11.09.2017)
- Schudson, M., Zelizer, B. (2018). Fake News in Context. W: *Understanding and Addressing The Disinformation Ecosystem*, (s. 1–4), Pobrane z: <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/03/The-Disinformation-Ecosystem-20180207-v2.pdf> (28.11.2018).
- Schumpeter, J. (1994) [1942]. *Capitalism, Socialism and Democracy*. New York: Harper Perennial Modern Classics.
- Sherman, A. (2018). *Fake story says Malia Obama suspended from Harvard*, Pobrane z: <http://www.politifact.com/punditfact/statements/2018/apr/10/only-politics/fake-story-says-malia-obama-suspended-harvard> (11.05.2018).
- Stanuch, S.M. (2018). Jak nie puścić fake newsa. *Press*, 01(02).
- Toffler, A. (1997). *Trzecia fala*. Warszawa: PIW.
- Toffler, A. (2003). *Zmiana władzy, wiedza, bogactwo i przemoc na progu XXI stulecia*. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, tekst jedn.: Dz.U. z 2018 r. poz. 419 ze zm.



► **Tytus Ferenc** – ukończył studia na Uniwersytecie Jagiellońskim na kierunku Nauki Polityczne ze specjalnością dziennikarską. Dyplom obronił w 1992 roku. W latach 1992–1998 pracował w Radiu RMF FM, Radiu Kraków, Wydawnictwie Inside Cracow oraz w Międzynarodowej Szkole Dziennikarstwa UJ. Od października 1998 do chwili obecnej prowadzi zajęcia w Instytucie Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ (Zakład Komunikowania Międzynarodowego i Mediów). Jego zainteresowania badawcze koncentrują się wokół problematyki związanej z wykorzystaniem języka obcego w warsztacie zawodowego doskonalenia dziennikarzy. Obecnie prowadzi badania związane z marketingiem politycznym i brandingiem politycznym w kampanii prezydenckiej w Stanach Zjednoczonych w 2016 roku. Zajmuje się także tłumaczeniem tekstów naukowych i dziennikarskich z języka polskiego na angielski.

Fake news in the United Kingdom and the United States. A historical-conceptual sketch

Tytus Ferenc

krak.ferenc@uj.edu.pl

UNIwersytet Jagielloński

ABSTRAKT

Od kilku lat w mediach rośnie liczba fake newsów. Nierzadko są one tworzone specjalnie, aby osiągnąć pewne cele, ale niestety coraz częściej fake newsem nazywane jest wszystko to, co jest sprzeczne z interesami partii (lub opcji politycznej), która jest w danym momencie u władzy. Pojęcie to jest wówczas używane jako wymówka, aby ograniczyć wolność słowa.

**SŁOWA KLUCZOWE: FAKE NEWS,
WOLNOŚĆ SŁOWA, CELE POLITYCZNE**

ABSTRACT

There is more and more fake news which at times is employed to obtain certain specific goals, nevertheless, more and more often, fake news is anything which is contrary to the interests of the ruling political party (or political establishment) which is in power, and is used as an excuse to limit freedom of speech.

KEY WORDS: FAKE NEWS, FREEDOM OF SPEECH, POLITICAL GOALS

”

Ferenc, T. (2018),
Fake news in the United
Kingdom and the United
States. A historical-
conceptual sketch.
Com.press, 4 (1), s. 24-41.
www.compress.edu.pl

INTRODUCTION

The term fake news has been very much in vogue since the last presidential elections in the United States in 2016. Although one could say that intuitively, virtually every literate person comprehends just what this expression signifies, it has proven somewhat difficult to come up with a succinct, unequivocal definition of what qualifies as fake news. According to the Pratt Library, „fake news” is „information that cannot be verified, without sources, and possibly untrue” (Enoch Pratt Library, n.d., p. 2). Meanwhile, the „Globe and Mail”, the largest English-language newspaper in Canada, defines the term in an exceptionally clear-cut manner as being: „Media that’s custom made to fool you” (Annett, 2017, p. 1). There are scholars who consider a synonym as being the best definition of any word or phrase. Some candidates for a synonym of fake news could be „propaganda”, „disinformation”, „misinformation”, „not-news”, „information fabrication”, „information disorder” or simply a „hoax”. None of the aforementioned words seem to cover the full extent of just what constitutes fake news. To better comprehend exactly what this phenomenon is, would require an examination of the origins of fake news, its history through the centuries, some of its facets and variations, and finally, to delve into some of the current events in both the United States and Great Britain, to determine the outcome of contemporary and future events.

FAKE NEWS – THE CONCEPT AND ITS HISTORY

One of the misconceptions, initially, regarding the use of the term „fake news”, at least over the last two years, was that due to the advance of technology, fake news would be easier to detect and therefore, combat. It would appear however, that just the opposite is the case. Indeed, the appearance of modern technology has empowered, extended the range, and augmented the numbers of those who employ fake news. Natalie Nougayrede (2018), a columnist for the „Guardian”, opined that: „The use of propaganda is ancient, but never before has there been the technology to so effectively disseminate it”. It would therefore behoove us to comprehend the historical background when examining current events regarding fake news.

Although falsehoods are well nigh as old as mankind itself, literally going back to Adam and Eve, there is no lack of examples where people bended, flexed, or stretched the truth, i.e. lied – for temporal, political



or social advancement. Interpersonal communication has been rife with fake advertising and falsehoods, however, be that as it may, it would be useful for our purposes to pin down just exactly when the first recorded history of fake news could be found. More than one historian is of the opinion that the first example of this phenomenon, that may be verified, dates back to the final war of the Roman Republic (32 B.C. – 30 B.C.). It seems that the adopted son of Julius Caesar, Octavian, was pitted against Marc Anthony, who aligned with Cleopatra. Octavian waged an information war, or if one prefers a public relations campaign, against Marc Anthony. His offensive was constituted of brief, pithy slogans written on Roman coins, which portrayed Marc Anthony as being completely controlled by Cleopatra, that is by Egypt, and therefore in a state of sedition against Rome. In addition, Marc Anthony was portrayed as a womanizer and as someone who abused alcohol. The results were outright spectacular. This malicious and spiteful attack ended with a will, supposedly being read in the Senate House in Rome, Marc Anthony being declared a traitor, and war being declared against Egypt. Afterwards Octavian destroyed the Roman Republic and declared himself emperor (Posetti, Matthews, 2018, p. 1).

Fake news can be employed both during someone's life and even after their death. For instance, there was a Byzantine historian by the name of Procopius, who lived in the VI century A.D., who produced reports about some rather doubtful facts, which were known as the *Anecdota*. The facts therein, were used to besmirch the reputation of Emperor Justinian, despite the fact that he praised the emperor in what he wrote officially (Burkhardt, 2017, p. 5). Sometimes fake news was even used in attempts to swing papal elections. There was one Pietro Aretino in Rome, who attempted to influence the papal election in 1522. He did this, by writing nasty poetry regarding all of the candidates (of course with the exception of those who were backed by the Medici family, the same family which paid Aretino). Aretino would then take this poetry, and affix it to a statue known as the Pasquino near the Piazza Navona in Rome. What became known as the *pasquinade* became a universal genre of disseminating fake news, generally concerning the clergy, nobility, and other highly placed individuals (Burkhardt, 2017, p. 6).



FAKE NEWS IN THE EARLY MODERN ERA

The fact that Gutenberg was able to invent the printing press at the end of the XV century only augmented the distribution of fake news. A somewhat more popular genre of fake news made its appearance in the XVII century, the „canard” which continually appeared in the streets of Paris over the following two centuries. These canards were nothing more than printed broadsides, sometimes appearing with an engraving, thereby lending them some veracity. One of the most widely circulated ones spoke of some kind of monster that was supposedly captured in Chile, and was then transported to Spain, since Chile was still a Spanish colony at the time. According to this „canard” this monster had the head of a Fury, bat-like wings, an enormous body that was completely covered in scales, and finally, a tail that was reminiscent of a dragon. During the French Revolution, the face of the Queen of France, Marie Antoinette, was put on the copper plates used for the engravings, and what resulted exactly matches the definition of what is fake news at the beginning of this paper, that is, „media that’s custom made to fool you”, in this case fake news in the form of bogus political propaganda. This must have contributed to the extreme loathing the *sans culottes* and others had for the Queen, who as we know, was later beheaded.

Before the French Revolution, many types of criticisms of the French elites could not be openly published, so this news would be disseminated via small underground newspapers or simply by word of mouth. News was garnered from wherever people got together and gossiped, such as in the Tuileries Garden and the „Tree of Cracow” in the Palais Royal garden. Sometimes this „news” consisted of small pieces of paper, which people exchanged or simply were placed on park benches so that someone else could find them.

During this period, that is the XVII and XVIII centuries, the French police would do their best to capture the *nouvellistes* (news writers), and when arrested, would search their pockets for any notes or pieces of paper which could have information written on it. These journalists would cobble together various short bits of news, in general no longer than a single paragraph, into manuscript gazettes called „nouvelles a la main”, one of the most widely sold versions of this was „Le Gazetier cuirasse” which was more than likely printed in England (Darnton, 2017).

This was how the situation looked like in France, what was it like on the other side of the English Channel? In the XVII century, when coffeehouses



started to become popular, people would gather and exchange opinions (gossip) in this era when newspapers began to make their appearance. The king at that time however, Charles II, became so upset that people would criticize him, his ideas, and the royal family, that he tried to shut down these coffeehouses to curb the dissemination of newspapers in general. He never carried through on his threats however, as some nobles were able to convince him that in the long run, it wouldn't be in his best interests to do so (Samej, 2018).

Even Jonathan Swift made derogatory comments regarding fake news, at least about political fake news, in his essay entitled: „Falsehood flies and truth comes limping after it, so that when men come to be undeceived, it is too late, the jest is over, and the tale hath had its effect” (Swift, 1710). Indeed, it seems that Swift's description of fake news is utterly atemporal, as it applies as much to the XXI century as to the XVIII century.

Swift made the comments mentioned above at the beginning of the XVIII, but by the end of the 1700s the situation was somewhat different. London abounded in the distribution of half-true, half-false, suspicious and even damaging news in this era, when newspapers began to reach a broad public. There were some ten dailies, eight tri-weeklies, and nine weekly newspapers circulating in London, and their articles usually consisted of no more than one paragraph. Journalists who were called „paragraph men” gleaned rumors and sensational news, would jot down a few sentences, which they would then hand them over to their printer (who was also their publisher) and it would appear in the next issue of their respective papers. Some of these journalists would do this for money, while others simply desired the satisfaction of being able to manipulate public opinion, in favor of, or against, famous people or even against something along the lines of a book or a theatrical play.

The „Morning Post” was founded by the Reverend Henry Bate in 1772. It was a newspaper that printed paragraph after paragraph – and each of these paragraphs had a completely different piece of news – and many of these bits of news were completely false. Bate became known as the „Reverend Bruiser” and later went on to found another newspaper called „The Morning Herald”, while his former paper, „The Morning Post”, went on to hire someone who was even meaner and more disagreeable than he was, another clergyman, the Reverend William Jackson, who was endowed with the nickname of „Dr. Viper” thanks to „the extreme and unexplained virulence of his invectives ... in that species of writing known as paragraphs.” Indeed there are some historians of journalism who

affirm that the „brawling” carried out by these two gentlemen, established a benchmark that makes the current crop of tabloids seem tame by comparison (Darnton, 2017, p. 2).

That was what the situation at the beginning of the newspaper era looked like in the United Kingdom. What was it like „on the other side of the pond”?

FAKE NEWS IN THE USA

Fake news of course had been known since the earliest days of printing. Throughout the XVI and XVII centuries, there were pamphlets which gave lurid descriptions of monsters of some type of extraordinary events. One of these, which was published in 1654, recounts how a monster with the legs of a goat, a human body, seven arms and seven heads, was found (Standage, 2017) while yet another report referred to a Dutch woman who had lived fourteen years without consuming any food or drink. The stories, obviously, were false, but the publishers of this nonsense provided the same rationale that the Internet conglomerates of today – that they were doing nothing more than disseminating information, and bore absolutely no responsibility for guaranteeing its veracity.

By the XIX century the situation had changed diametrically because of the advent of the daily newspaper. A newspaper would contain a number of different articles, and of course it had its own name. The editorial staff of any given newspaper therefore, had a reputation, a „track record” if you will, regarding its trustworthiness. If a newspaper couldn’t be believed and relied upon, it would most certainly lose readers. „The Sun”, established in New York City in 1833, is considered by many historians of journalism as being the first modern newspaper, as it drew its revenue primarily from advertisements, and not subscriptions, so it had to secure and maintain (better yet, increase) its public. Early in its career, it garnered a lot of publicity, and many new readers, from a bit of fake news which it published in 1835, which was later called the „moon hoax”.

The „moon hoax” consisted of a series of articles dealing with a certain John Herschel, who supposedly was a well known English astronomer, who had a large and powerful telescope which was located in the British Cape Colony of South Africa. Thanks to this enormous telescope, it was reported, Mr. Herschel was able to observe the Moon and what was happening there. According to him, there were creatures which were a cross between a man



and a bat, and they would eat fruit and converse with each other. There were also animals similar to goats, and even a building which appeared to be a temple of some sorts, which apparently was constructed of sapphire (Standage, 2017).

Why did the editors of „The Sun” publish such an elaborate series of „fake news” publications? One has to keep in mind that in this era, there obviously was no social media, no Internet, no cable television (or any television for that matter), no radio, no telephone, and even the telegraph had yet to be invented. (Although experiments were being undertaken at this time, Samuel F.B. Morse did not send the first telegraphic message until 1844). It was therefore exceptionally difficult and time-consuming to prove the stories of „The Sun” as being false, because it would require sending a letter to South Africa, or sending someone to go there and find out for himself. As it turned out, there really was a John Herschel in South Africa who was conducting astronomical experiments, although of course he didn’t see anything similar to what „The Sun” reported him as seeing. The editor-in-chief of „The Sun”, Richard Adams Locke, knew very well that it would take at least several months for his hoax or „fake news” as we would say today, to be revealed.

Meanwhile, in New York, people couldn’t wait to get the latest issue of „The Sun”. The newspaper’s circulation rose remarkably, from 8,000 to over 19,000 copies, which resulted in its surpassing „The Times” of London, and becoming the newspaper with the highest daily circulation, in the world (Standage, 2017). The whole affair demonstrates that fake news can be quite profitable, but it wasn’t too long before rival newspapers exposed the hoax, thereby endangering the reputation of „The Sun” but as it turned out, there were new possibilities. It was more or less at this time, that the editors of daily newspapers, not just in New York City of course, came across the idea of sending some of their journalists to various courtrooms and even police stations. There was (and is) an almost limitless of human interest stories dealing with any and all manner of felonies and misdemeanors, which were and are of immense interest to many readers – and thus the crime story was born. It was in the long run, easier and of course more commercially viable, to send reporters to a nearby location to obtain the lurid details of some grizzly crime, than to make up stories about the Moon and what type of beings inhabit it. In addition, as time went, the editorial staffs of various newspapers came to understand that their readers highly valued trustworthiness, and the accompanying impartiality and objectivity, in their favorite daily newspapers.

FAKE NEWS NOWADAYS

Nevertheless over the last several years, numerous search engines (not to mention social media as a whole of course), have shown and are showing such a plethora of stories and articles from all over the web and then of course, from all over the world. We can come across something that seems intriguing, an indeed almost innocent, and when we click on it, we may end up on some type of fake news site, or something even worse. Sometimes it could be someone who is pushing some type of political narrative, or someone just like the days of the „moon craze” of „The Sun” who simply wants to obtain as many clicks as possible, and ultimately, to generate as much revenue as possible. What it boils down to, is that the driving force behind many of these articles is above all monetary and not political.

„Fake news” is a big business again, unfortunately the dissemination of these fictitious stories only corrodes trust in the mainstream media, and the media in general, and thereby facilitates the distribution of „fake news” (The Knight Foundation, 2018). One of the most prominent curbs on „fake media” in the past, the concept that the media, whether it be print or broadcast journalism, had to protect its reputation, is no longer valid, the media giants don’t appear to manifest excessive concern regarding their public image in. Unfortunately this fact in itself facilitates the efforts of devious politicians, who want to spread lies, half-truths, etc., at their convenience.

Before we move on to some other subjects, it would behoove us to mention some other, more scandals involving fake news, in the XX and XXI centuries.

One of the most blatant affairs involving „fake news” involves the case of Walter Duranty, the correspondent of „The New York Times” in the Soviet Union in the 1930s. Duranty for the most part, sat in Moscow and simply regurgitated the Communist propaganda of that period. Duranty won a Pulitzer Prize for a series of 13 articles which he wrote in 1931, where he parroted Soviet propaganda – it seems the only Soviet citizen he quoted directly was Joseph Stalin. Even „The New York Times” in an official statement on the validity of Duranty’s being awarded the Pulitzer Prize, states that: „Taking Soviet propaganda in this way, was completely misleading”. His statement, made in May, 1933, concerning the famine („Holodomor”) in Ukraine in 1932–1933, in which millions of people perished, „But to put it bluntly, you can’t make an omelet without breaking eggs” was criticized

by some of his editors at „The New York Times” as being „tendentious” (New York Times Statement, n.d.).

Another instance of „fake news” occurred in 1938 but in the United States. Orson Welles broadcast a radio program referred to as „The War of the Worlds” loosely based on the H.G. Wells novel of the same title. To be honest Welles apparently said at the beginning of the broadcast that it was nothing more than a dramatization, but nevertheless, some of the listeners who tuned in after the program commenced, were convinced the World was under attack by alien invaders. Although there seems to have been reports of people panicking because believing that this „fake news” was real, the Federal Communications Commission did not punish Welles or CBS, the radio network broadcasting the program, but banned any complaints about the War of the Worlds from being brought up during licensing renewal.

Another more recent example of „fake news” involves the lead-up to the attack on Iraq in 2003. Once again it was „The New York Times” at center stage. They published a story, that was never verified by any other source, to the effect that Saddam Hussein had a compound where chemical and biological weapons were being produced (Miller, 2003). The articles, which were written by NYT reporter Judith Miller, were quoted by members of George Bush’s administration as one of the principle reasons why they could justify war with Iraq. Until today, people dispute the fact as to why the editors at this newspaper took this story of „weapons of mass destruction” without sufficiently verifying the sources, thereby rendering the newspaper open to being outmaneuvered by those who were distributing disinformation. Indeed, some of the editors of „The New York Times” deemed it necessary to issue an apology stating: „We consider the story of Iraq’s weapons, and of the pattern of misinformation to be unfinished business. And we fully intend to continue aggressive reporting aimed at setting the record straight” (*From the editors*, 2004).

Currently, another ongoing story involving „fake news” is the whole situation in Syria. The situation is of course very confused, and even representatives of the International Red Cross have called it an atmosphere of „information chaos”. The Syrian president, Bashar Assad, is quoted as saying „we are living in a fake news era”, and he went on to say that reports of a chemical attack that killed some 89 people were „100 percent fabrications” (Smith-Spark, 2017). In addition, he added that photos in which there were children who had been killed in this attack, were „fabricated” and even „unconvincing”. Notwithstanding these remarks, „The New York

Times” later came to the conclusion that it was Syrian government forces that bombed an urban neighborhood using chemical weapons.

Yet another example of an on-going conflict rife with fake news is the situation in Ukraine. Some Russians informed journalists of „The Guardian” newspaper that they were being paid to inundate various Internet forums, and even social media with what could be considered as anti-Western and pro-Russian comments. These employees went on to say that they were ordered to post at least 50 articles a day, that they were to have a minimum of six Facebook accounts, with at least three posts a day, and that by the end of the first month, they were to obtain at least five posts on each of them a day. With regard to Twitter, they were to manage at least ten accounts, have some 2,000 followers, as hard to believe as it may seem, they were expected to send a tweet a minimum of fifty times per day. In response the Ukrainians founded the „Stop Fake” center (www.stopfake.pl).

Vice News provided some of the most interesting, thorough, and in-depth reporting on the Ukrainian-Russian conflict to be found anywhere, in 2014. Thanks to their series of reports entitled „Russian Roulette”, people all over the world were able to get something of an objective outlook at what was going on in eastern Ukraine. But the problem was, that even though (apparently) the two main journalists which Vice News employed, Simon Ostrovsky, who speaks fluent Russian, and Henry Langston, who apparently doesn’t speak either Russian or Ukrainian, at least not well, made what appears to be a sincere effort to get to truth, the viewer is sometimes at a loss to determine just what is „real news”, and what is „fake news”. For instance in episode 72, Henry Langston speaks with a woman who just had her home partially destroyed by a solitary artillery round. She said that it could have been from the Ukrainian military, Langston later says that „the assumption is, is that it is from the Ukrainian military but we can’t really be sure” (Langston, 2014a, 0:38 sec.). It even an eyewitness describing the event, let alone a journalist interviewing her can’t be sure, how on earth can the viewer be certain of what is happening? Later in the same episode, he converse with Ukrainian soldiers who assures him that they are fighting against regular airborne units of the Russian army, not with separatists from eastern Ukraine. In a later episode, number 78, Langston went to the city of Novoazovsk, to see for himself if there are any Russian military units there at all, and to his dismay (?) all he can find are people who say they are factory workers and coal miners, who affirm that there are no Russian military units anywhere in the vicinity (Langston, 2014b, 11:35). The quandary is, who is the normal viewer to believe? The



journalists themselves made a valiant effort, at times at the risk of their own lives, to cross back and forth to monitor what people on both sides of the conflict had to say, and at the end of the day, is it the fault of the journalists, that representative of either of the two (or of both) sides are lying?

To reiterate, if the journalists themselves are unable to determine who is lying and when they are lying how can their public be certain of the truth – after all, one can't exclude the possibility that someone might be lying part of the time, only later to be telling the truth at another time, and/or „stretching the truth”, „bending the truth” or simply exaggerating, the whole time.

Another example of „fake news” were the public opinion polls that were conducted in the United States during the primaries for president, and finally, for the presidential elections between Donald Trump and Hillary Clinton (and of course Gary Johnson and Jill Stein as well). The problem with modern polling is that the polling companies generally make a poll of far too few people, and as a result, are unable to provide anything approaching an accurate forecast of election results. In an article entitled „Modern Polling Died Last Night – For Good” David Yee (2016) said that „polling is now as useful as voodoo to predict politics”, and added that: „In 2016, the pollsters measured all the wrong things – they totally ignored Millennials, totally ignored the working-class whites, and relied on ‘tried and true’ methods that gave them the worst sort of information possible”. Yee later quoted Larry Sabato, another pollster who was way off base in his predictions, who said: „We heard for months from many of you, saying that we were underestimating the size of a hidden potential Trump vote as well as his ability to win. We didn't believe it and we were wrong” (Yee, 2016). One has to admit, that polling which is way off the mark in predicting the outcome of elections as in 2012, and considerably more so in 2016, may also be considered to be a form of „fake news”. In fact the „errors” in polling beggar the question as to whether the polling was done in an honest effort to predict election results, or was it simply a means to attempt to influence people to vote in a certain way – there is a portion of the electorate that wants above all, to vote for the winner.

Is it easy to detect fake news? At times it may be incredibly difficult. „Fake news” was a term often used by President Donald Trump during the election campaign and afterwards, and as some say, only with respect to journalists reporting news that he didn't like.

The Pew Research Center issued a report containing data gathered in December 2016, where some 64% of those polled said that „fake news”

caused a great deal of confusion in the election, 39% were confident that they could spot a fake news story, but as many as 25% admitted that they had shared stories that they knew at the time, or found out at a later date, were in fact fake (Bartel, 2016).

Once again however, it should be mentioned that differentiating genuine news, especially if it is a breaking story, from fake news, is even more important, and therefore difficult, in the digital age. Determining what is true, and what isn't, has always been a laborious process as it (the truth) has to be separated from gossip, rumor, sloppy and/or incomplete reporting, spin, and of course outright hoaxes. To further aid us defining fake news, it would be of assistance if we could nail down just what it is, and what it isn't with some examples.

According to the „Globe and Mail” (Annet, 2017) there are several reasons for the existence of fake news:

1. Money – there are no lack of fake sites, many of them based in Eastern Europe, land of these there seems to be quite a few from Macedonia, in order just to turn a profit from advertising income.
2. Politics – Heads of state, especially dictators, from ancient times until the present, have used the media to gain adherents and to spread disinformation among their enemies. Until not too long ago, this was normally referred to as simply propaganda, but recently this has come to mean, at least in some cases, artificial websites set up by one political entity (a state) using state funds to disseminate fake news in another.
3. Criminal activity – Computer hackers, if they are exceptionally good at what they do, can break into social media accounts and even the websites of what are considered serious media outlets, and thereby spread stories which are not genuine. At times they do this because they want to make money, at times because they want to destroy or promote a certain political ideology, and at times it's as it were, just because they don't seem to have anything better to do.
4. Gags – Sometimes this fake news is spread as a mischievous act, a gag, or joke that some people do just to see if someone, and how many people in general, will believe it.
5. Lack of scrutiny – It does occur that at times, some normal news providers don't do their due diligence, and simply fail to verify what some people pass off as legitimate news.

Having delineated just what fake news is, it would behoove us to determine just what it isn't.



1. Satire – Sometimes the public just isn't, either because of their own volition or due to a lack of ability on their part, able to determine what satire is and what isn't. At times this is due to the fact that sites which provides this satire, don't unequivocally present it as being satire.
2. Normal sites that occasionally provide satire – There are instances where journalists, who may be writing an editorial, or a human interest story, or some other type of feature story, may revert to hyperbole, something hypothetical, or even satire, to get their point across to their public. Sometimes it's not clearly presented as such, and therefore some people may be fooled.
3. Journalistic errors – Reporters, like everyone else and in fact, more than most people, have deadlines to meet, and therefore are pressed for time. They don't completely verify stories, and themselves may be duped by some nefarious groups or organizations which want to disseminate fake news. Many observers and researchers are of the opinion, that if there is no premeditated, willful intent on the part of a journalist to provide false or incomplete information, this can't be regarded as fake news.
4. Critical reporting – Sometimes the media when reporting a given story realizes that there exists a certain likelihood of that story being false. They may therefore report on what is already known, although with a certain degree of skepticism, until a later date when the truth will become evident.
5. Unfavorable journalism – Some people say that President Trump and others use the term „fake news” to describe journalism which they aren't in favor of, or which presents them in a bad light. According to „Vox” he admitted that „fake news” just means news he doesn't like (Lind, 2018).

FAKE NEWS AND FREEDOM OF SPEECH

All of the above is something of a history and explanation of what „fake news” was, is, and some of its characteristics, as well as how one may detect it. But does „fake news” have some more nefarious aspects which are being applied in the contemporary world, especially in the United States and Great Britain?

The problem is that on the one hand, Americans believe less and less of the media. In a sampling of various polls published in the „Business Insider” that the majority of what Americans say they consume on TV, the newspapers, and on the radio (62%) and 80% of what they see on social media is biased (Reiman, 2018).

Meanwhile „The Independent” cited an Ipsos poll, which said that 48% of those people who say they are Republicans, are of the opinion of Mr. Trump that „the news media is the enemy of the American people” and furthermore some 43% of Republicans feel that „the president should have the authority to close news outlets engaged in bad behavior”. Furthermore, differences in opinion are pretty much along party lines, because 80% of Republicans said that „most news outlets have a liberal bias” as opposed to just 23% of Democrats, and 79% of Republicans and only 11% of Democrats agreed that: „The mainstream media treats Trump unfairly” (Riotta, 2018).

Meanwhile in Great Britain, a new national security unit, has been set up to deal with the problems of not just „fake news”, but also disinformation (however no guidelines are provided as to what the difference is between the two) (Walker, 2018). „This unit will more systematically deter our adversaries and help us deliver on national security priorities” according to the prime minister’s spokesman.

Theresa May however, criticized Donald Trump’s retweeting what some consider to be anti-Muslim videos that were originally posted by Jaydan Fransen, deputy leader of the „Britain First” organization. These tweets included showing a group of Muslims pushing a boy off a rood, Muslims destroying a statue of the Blessed Virgin Mary, and a Muslim hitting a Dutch boy on crutches (Weaver, Booth, & Jacob, 2017).

Several British politicians criticized Trump for retweeting the videos. Fraydan said: „I’m facing prison for criticizing Islam. Britain is now sharia compliant, I need your help!” Trump’s press secretary, Sarah Sanders, said: „The threat is real, the threat needs to be addressed, and the threat has to be talked about and that’s what the president is doing in bringing that up.”

As far as the opinions of the Britons regarding social media, only 24% trusts Twitter, Facebook, and Instagram when looking for news and information, according to the Edelman trust barometer. Nevertheless, there was a 13% in support for the traditional media. In this its 16th annual survey, 64% of UK respondents worried that social media was not regulated enough, 69% said they did not do enough to prevent bullying, and 70%



said that not enough was done to stop improper behavior on the networks (Sidique, 2018).

Another 53% said they were worried about fake news, especially on social media, and 42% said they only skimmed the headlines on social media, hence the increase in support for traditional media.

In closing, one could say, that fake news has always existed, from ancient times, perhaps even, from Adam and Eve, until today. Currently, people, perhaps as always, are more interested in hearing what they want to hear, something that is divorced from truthful, investigative journalism, a type of journalism that challenges their beliefs and requires them to think and analyze, and not just provide a confirmation of their own convictions and ethics.

Truthful journalism has always operated in a hostile environment. Poland, as well as the other countries of East-Central Europe, had to suffer several decades of Communist oppression, during which a healthy and vigorous *samizdat* or underground press flourished. Conditions aren't that bad yet, but there will always be a substantial part of the public, which will consistently cherish sincere, honest, impartial, and accurate news. Let's not lose hope.

BIBLIOGRAPHY

- (2004), *From the Editors: The Times and Iraq*, The New York Times May 26, <https://www.nytimes.com/2004/05/26/world/from-the-editors-the-times-and-iraq.html>.
- (n.d.), *New York Times Statement About 1932 Pulitzer Prize Awarded to Walter Duranty*, <https://www.nytc.com/new-york-times-statement-about-1932-pulitzer-prize-awarded-to-walter-duranty/>.
- Annett, E. (2017), *What is 'fake news' and how can you spot it*, The Globe and Mail November 17, <https://www.theglobeandmail.com/community/digital-lab/fake-news-quiz-how-to-spot/article33821986/>.
- Bartel, M. (2016), *Many Americans Believe Fake News is Sowing Confusion*, Pew Research Center, <http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/>.
- Burkhardt, J.M. (2017), *Combating Fake News in the Digital Age*, *Library Technology Reports*, 53(8). DOI: <http://dx.doi.org/10.5860/ltr.53n8>.
- Darnton, R. (2017), *The True History of Fake News*, The New York Review of Books – NYR Daily, February 13, <https://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/>.

- Enoch Pratt Library, *Fake News: How to Spot It*,
<http://www.prattlibrary.org/research/tools/index.aspx?cat=90&id=4735>.
- Langston, H. (2014a), *The new Russian Offensive: Russian Roulette (Dispatch 72)*, Vice News <https://www.youtube.com/watch?v=hgrSb8G57cI>.
- Langston, H. (2014b), *Residents at Risk as Ceasefire Crumbles: Russian Roulette (Dispatch 78)*, Vice News, https://www.youtube.com/watch?v=mw_i74BFJ_U.
- Lind, D. (2018), *President Donald Trump finally admits that „fake news” just means news he doesn’t like*, Vox, May 9,
<https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/5/9/17335306/trump-tweet-twitter-latest-fake-news-credentials>.
- Miller, J. (2003), *AfterEffects Prohibited Weapons; Illicit Arms Kept Till Eve of War. An Iraqi Scientist is Said to Assert*, New York Times, April 21, <https://www.nytimes.com/2003/04/21/world/aftereffects-prohibited-weapons-illicit-arms-kept-till-eve-war-iraqi-scientist.html>.
- Nouygarede, N. (2018), *In this age of propaganda we must defend ourselves. Here’s how*. The Guardian, January 31, www.theguardian.com/commentisfree/2018/jan/31/propaganda-defend-russia-technology.
- Posetti, J., Matthews, A. (2018), *A Short Guide to the History of Fake News and Disinformation*, International Center for Journalists,
https://www.icfj.org/sites/default/files/2018-07/A%20Short%20Guide%20to%20History%20of%20Fake%20News%20and%20Disinformation_ICFJ%20Final.pdf.
- Reiman, E. (2018), *These are the least and most biased news outlets in the US, according to Americans*, Business Insider, June 21 <https://www.businessinsider.com/most-and-least-biased-news-outlets-in-america-2018-6?IR=T>.
- Riotta, Ch. (2018), *43% of Republicans say Trump should be able to shut down news outlets, new poll finds*, The Independent, August 7,
<https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/donald-trump-republicans-press-media-enemy-of-american-people-news-trust-ipsos-poll-a8481686.html>.
- Samej, N. (2018), *Fake news: an exhibition on the importance of accurate journalism*, The Guardian, August 27,
<https://www.theguardian.com/artanddesign/2018/aug/27/history-of-fake-news-journalism-exhibition-boone-county>.

- Sidique, H. (2018), *Just one in four Britons trust news on social media, finds survey*, The Guardian, January 22, <https://www.theguardian.com/media/2018/jan/22/just-one-in-four-britons-trust-news-on-social-media-finds-survey>.
- Smith-Spark, L. (2017), *Assad claims Syrian chemical attack was a 'fabrication' in face of evidence*, CNN, April 14, <https://edition.cnn.com/2017/04/13/middleeast/syria-bashar-assad-interview/>.
- Standage, T. (2017), *The True History of Fake News*, 1843 Magazine, June/July, <https://www.1843magazine.com/technology/rewind/the-true-history-of-fake-news>.
- Swift, J. (1710), *The Art of Political Lying*, Examiner No. 14, <http://www.fountainheadpress.com/expandingthearc/assets/swiftpoliticallylying.pdf>.
- The Knight Foundation (2018), *Perceived Accuracy and Bias in the News Media*, <https://knightfoundation.org/reports/perceived-accuracy-and-bias-in-the-news-media>.
- Walker, P. (2018), *New national security unit set up to tackle fake news in UK*, The Guardian, January 23, <https://www.theguardian.com/politics/2018/jan/23/new-national-security-unit-will-tackle-spread-of-fake-news-in-uk>.
- Walker, S. (2015), *The Russian Troll Factory at the Heart of the Meddling Allegations*, The Guardian, April 2, <https://www.theguardian.com/world/2015/apr/02/putin-kremlin-inside-russian-troll-house>.
- Weaver, M., Booth, R., & Jacob, B. (2018), *Teresa May condemns Trump's retweets of UK far-right*, The Guardian, November 29, <https://www.theguardian.com/us-news/2017/nov/29/trump-account-retweets-anti-muslim-videos-of-british-far-right-leader>.
- Yee, D. (2016), *Modern Polling Died Last Night – For Good*, IVN, November 9, <http://www.ivn.us/2016/11/09/modern-polling-died-last-night-good/>.





► **Karolina Drabik** – studentka Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej oraz Filologii Angielskiej na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie, stypendystka rektora UJ za wyniki w nauce. Jej zainteresowania badawcze koncentrują się wokół współczesnej rzeczywistości nowomediów, komunikacji międzykulturowej oraz języka i przekładu w mediach.

Pół żartem, pół fake newsem? Fikcyjne wiadomości jako narzędzie satyry na przykładzie działu kulturalnego serwisu „ASZdziennik”

Karolina Drabik

k.drabik.96@gmail.com

UNIwersytet Jagielloński

ABSTRAKT

Fikcyjne przekazy informacyjne o charakterze satyrycznym pozostają kategorią ściśle związaną ze zjawiskiem fake newsa, niejednokrotnie balansując na jego granicy. Celem niniejszego artykułu jest próba określenia, jakie implikacje dla twórców i odbiorców niesie ze sobą połączenie obu wspomnianych konwencji. Pytania o mechanizm działania, funkcje oraz możliwe zagrożenia wywoływane przez fake newsy preparowane dla rozrywki skonfrontowane zostały z analizą zawartości serwisu „ASZdziennik” – najpopularniejszego w Polsce portalu publikującego otwarcie zmyślane treści. Praca porusza kwestie parodiowanych przez stronę gatunków dziennikarskich, proporcji fikcji i autentyzmu w tekstach, ich aktualności, wartości informacyjnej oraz publicystycznej, a także transparentności całej idei funkcjonowania serwisu.

SŁOWA KLUCZOWE: FAKE NEWS, SATYRA, ASZDZIENNIK

ABSTRACT

Fictitious news articles of a satirical nature remain closely related to the fake news phenomenon, frequently teetering on the line that separates these categories. The aim of the present work is an attempt to determine the implications that the combination of two above-mentioned conventions entails for both creators and readers. Questions about the mechanism of action, functions and potential fears concerning entertainment fake news were juxtaposed with the content analysis of the „ASZdziennik” – the most popular Polish website publishing openly fabricated news. The article addresses the matter of journalistic genres parodied by the webpage, truth to fiction proportion characteristic for the analysed texts, their currency, informational and critical values, as well as the transparency of the main idea standing behind the project.

KEYWORDS: FAKE NEWS, SATIRE, ASZDZIENNIK

Drabik, K. (2018),
Pół żartem, pół fake newsem?
Fikcyjne wiadomości jako
narzędzie satyry na przykładzie
działu kulturalnego serwisu
„ASZdziennik”,
Com.press, 4 (1), s. 42-63.
www.compress.edu.pl

WSTĘP

Badacze, dziennikarze i odbiorcy mediów są zgodni co do negatywnej oceny problemu fake newsów oraz konieczności podjęcia kroków, które pomogłyby mu przeciwdziałać. Zdając sobie sprawę z zagrożeń wynikających z opisywanego fenomenu, nie należy jednocześnie zapominać jednak o jego wewnętrznym zróżnicowaniu. Obok nieprawdziwych materiałów mających na celu zaplanowaną manipulację czytelnikiem lub odniesienie korzyści finansowych, tę szeroką kategorię w pewnym stopniu współtworzą bowiem również fikcyjne doniesienia o charakterze satyryczno-rozrywkowym nakreślające zupełnie odrębny obszar analizy. „ASZdziennik”, który występuje w niniejszym artykule w roli bezpośredniego obiektu badań, zalicza się właśnie do takiego nurtu: czerpania z samej konwencji fake newsa, ale – za sprawą wymiaru humorystycznego – niezgodnie z jej dominującym przeznaczeniem. Ten najpopularniejszy w Polsce portal satyryczny parodiujący internetowe serwisy informacyjne korzysta z idei zmyślonych newsów w sposób jawny, otwarcie przyznając się do kreowania rzeczywistości, a właściwie czyniąc to podstawą swojej działalności i autoreklamy. Równocześnie twórca projektu, Rafał Madajczak, przyznaje, iż jego celem jest publikacja tekstów o jak największym stopniu prawdopodobieństwa: „to jest mój metakomentarz do rzeczywistości; żyjemy w takich czasach, że te teksty mogą być odbierane jako prawdziwe” (Pająk, 2014).

Celem niniejszego artykułu jest dookreślenie unikalnej pozycji „ASZdziennika” na liniach fake news–satyra i fikcja–autentyzm. Analiza zawartości serwisu była ukierunkowana na sprawdzenie, czy teksty „ASZdziennika” mogą przyczyniać się do niezamierzonej dezinformacji osób niezaznajomionych z konwencją serwisu, oraz zweryfikowanie, czy zmyślone newsy – obok funkcji satyrycznej i rozrywkowej – spełniają również funkcję informacyjną¹ i publicystyczną. Podstawę przeprowadzonych

¹ W fikcyjnych newsach funkcja informacyjna może się realizować przede wszystkim poprzez zwrócenie uwagi na zaistnienie jakiegoś wydarzenia oraz skłonienie odbiorcy do pogłębienia swojej wiedzy w innych, bardziej konwencjonalnych źródłach. Badanie ankietowe przeprowadzone wśród czytelników „ASZdziennika” wykazało, że co trzeci respondent (32%) traktuje analizowany portal jako źródło informacji. Ponadto 28% ankietowanych „bardzo często” dowiadyuje się z „ASZdziennika” o czymś nowym, a kolejne 30% ocenia powyższą sytuację jako „częstą”. Na pytanie: „Jak często zdarza ci się sięgnąć do dodatkowych źródeł w celu zgłębienia tematu poruszonego przez «ASZdziennik»?” odsetek odpowiedzi „bardzo często” oraz „często” wyniósł odpowiednio 13% i 27% (K. Drabik, *Satyryczny portal fakenewsowy*

badania stanowiła próba statystyczna uzyskana metodą losowania warstwowego, w której znalazło się po jednym tekście z działu *Kultura* z każdego miesiąca z lat 2015 i 2017 (czyli z pierwszego i ostatniego pełnego roku istnienia analizowanego działu).

FIKCYJNE NEWSY A SATYRA

Media przekraczające granicę prawdy w ramach satyrycznej, jasnej dla odbiorców konwencji często doceniane są za trzeźwe, krytyczne spojrzenie zarówno na treść wiadomości obecnych w tradycyjnych przekazach informacyjnych, jak i na sam sposób formułowania i prezentowania newsów (Baym, Jones, 2012, s. 5). Parodia, hiperbolizacja czy zmyślenie stają się metodą obnażenia absurdów rzeczywistości, zdemaskowania mechanizmów rządzących mediami oraz zwrócenia uwagi na kondycję współczesnego dziennikarstwa. Obok powyższej funkcji dekonstrukcyjnej Geoffrey Baym i Jeffrey P. Jones wyróżniają również konstrukcyjną rolę satyrycznych serwisów informacyjnych. Przejawia się ona we wskazywaniu kwestii wartych przemyślenia oraz tworzeniu otwartej przestrzeni do dyskusji, w której obywatele czują się swobodnie i bezpiecznie. Badacze podkreślają, że parodystyczne przekazy fakenewsowe niwelują poczucie dystansu pomiędzy publicznością a nadawcą informacji, przyjmując poniekąd rolę społecznej riposty lub inicjatora dialogu (Baym, Jones, 2012, s. 6).

Koncepcja prezentowania satyrycznych, zmyślonych wiadomości czerpiących na różne sposoby z rzeczywistych wydarzeń zadomowiła się w mediach na długo przed upowszechnieniem zjawiska fake newsa i wcale nie ogranicza się do przestrzeni internetowej. W wielu krajach popularność zdobywają telewizyjne parodie serwisów newsowych balansujące na granicy rozrywki, publicystyki i informacji (Baym, Jones, 2012, s. 6–9). Do sztandarowych reprezentantów tej grupy należy niewątpliwie zaliczyć amerykańskie programy stacji Comedy Central: *The Daily Show* (emitowany nieprzerwanie od 1996) oraz *The Colbert Report* (emitowany w latach 2005–2014), które – jak zauważają Sandra L. Borden oraz Chad Tew – parodiowanie newsów łączy z jednoczesnym ich dostarczaniem oraz krytyką (Borden, Tew, 2007, s. 306). Można dojść do wniosku, iż poprzez ironiczne

jako komentator współczesnej kultury. Analiza zawartości „ASZdziennika”, niepublikowana praca licencjacka pod kierunkiem E. Żyrek-Horodyskiej, obroniona w Instytucie Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej UJ w 2018 r.).

naśladowanie formy serwisów oraz odwoływanie się do konkretnych dziennikarskich błędów programy satyryczne tego typu, działające na jasno określonych zasadach, ukazują czasem bardziej rzetelny obraz rzeczywistości niż pozorujące obiektywność przekazy medialne, w których fakty mieszają się z opiniami (Boukes, 2016).

Jedną z głównych intencji wykorzystania formy fake newsa w konwencji satyrycznej pozostaje oczywiście wprowadzenie widzów w stan rozbawienia. Stanisław Dunin-Wilczyński stawia jednak tezę, że w programie *The Colbert Report* „cel pierwszorzędny, czyli dostarczenie odbiorcy rozrywki (...), ustępuje istotnością prawdziwemu celowi, czyli edukacji medialnej, kreowaniu świadomych i zaangażowanych odbiorców-obywateli” (Dunin-Wilczyński, 2014, s. 146). Kiedy fikcyjne wiadomości funkcjonują na zasadach parodii, ich ogólny wydzźwięk ulega całkowitemu przeobrażeniu. Techniki, które w tradycyjnym nurcie informacyjnym uznawane byłyby za manipulację lub brak dziennikarskiej rzetelności, w programie satyrycznym mogą posłużyć do poszukiwania prawdy, poszerzania kontekstu sytuacji oraz naświetlenia kwestii etyki mediów. Wynika to z odmiennych oczekiwań odbiorców związanych z poszczególnymi konwencjami przekazu. W mediach informacyjnych, które publiczność pragnie postrzegać jako źródło aktualnej, wiarygodnej wiedzy o świecie, fake newsy stoją do tych oczekiwań w opozycji, są nieuczciwością, sprawiają zawód. Od satyry natomiast odbiorca nie wymaga rzetelności, lecz ukazania sprawy w nowym świetle za pomocą humoru. Fikcyjne wiadomości tracą więc w tym kontekście znamię oszustwa, spełniając pożądaną przez widzów funkcję.

Borden i Tew stanowczo sprzeciwiają się nazywaniu Colberta czy Stewarta dziennikarzami, argumentując, że imitowanie postaw i zachowań charakterystycznych dla tego zawodu nie oznacza jeszcze jego pełnego wykonywania. Dostrzegając jednak silne powiązanie konwencji ze światem dziennikarstwa oraz doceniając jej edukujący, uświadamiający i uwrażliwiający wpływ na widzów, proponują, by twórcom satyrycznych serwisów newsowych przypisywać rolę krytyków medialnych. Jeśli spojrzeć na sprawę z tej właśnie perspektywy, aktywność parodystów staje się niezwykle interesująca i cenna ze względu na unikalną pozycję, z której dokonują oni swojej oceny. Satyrycy naśladowujący reporterów czy publicystów plasują się bowiem pomiędzy zewnętrznymi krytykami mediów a krytykami wewnętrznymi, należącymi do środowiska dziennikarskiego (Borden, Tew, 2007, s. 301–309). Formułując swoje sądy, dysponują więc jednocześnie zarówno dogłębną wiedzą o mechanizmach rządzących medialnym światem

informacji, jak i swobodą przysługującą osobom znajdującym się poza ocenianą sferą.

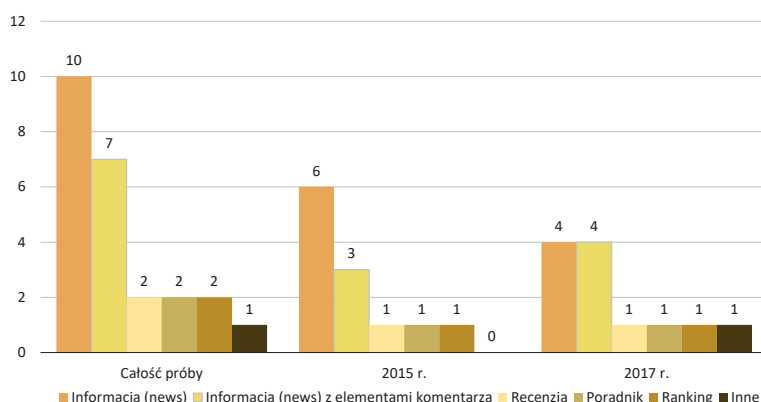
Warto zaznaczyć, że satyryczne programy telewizyjne nie powodują tylu dylematów interpretacyjnych, co posługujące się taką samą fake-newsową konwencją media internetowe. Mało prawdopodobne wydaje się bowiem, by prezentowane na srebrnym ekranie zmyślane wiadomości zostały omyłkowo odebrane przez szeroką publiczność jako prawdziwe. Przekaz telewizyjny tego typu jest bardzo silnie związany ze swoim oryginalnym kontekstem. Rozpoznawalny prowadzący, charakterystyczne studio czy reagująca śmiechem publiczność dają odbiorcy jasne wskazówki, że ma do czynienia z satyrą, a nie z konwencjonalnym serwisem informacyjnym. Sam komunikat bardzo rzadko występuje w oderwaniu od istotnego tła, minimalne jest więc ryzyko, że wprowadzi publiczność w błąd. Zupełnie inaczej sprawa wygląda w przypadku blogów oraz internetowych portali typu „ASZdziennik” czy amerykański „The Onion”. Media społecznościowe dają nam możliwość udostępniania wybranych, pojedynczych tekstów, które w ten sposób zaczynają funkcjonować jako niezależne, indywidualne utwory – bez odniesienia do pierwotnego kontekstu. Przesłanki o fikcyjnym/satyrycznym charakterze przekazu – nawet wyrażone zupełnie wprost – dużo częściej umykają naszej uwadze w przypadku form pisanych niż audiowizualnych. Wynika to z faktu, że tego typu teksty czytamy pobieżnie, niejednokrotnie poprzestając na lidzie, a nawet na samym tytule. Układ i szata graficzna konwencjonalnych stron informacyjnych oraz stron satyrycznych nie różnią się na tyle, by naprowadzić odbiorcę na odpowiedni trop. Dodatkowo, udostępniając link, każdy użytkownik ma szansę opatrzenia go własnym komentarzem, który może wpłynąć na odbiór treści przez kolejnych internautów. Wszystkie te czynniki powodują, że zmyślane lub zniekształcone historie publikowane w sieci w celach rozrywkowych mogą przeistoczyć się – niezależnie od intencji autora – w zaciemniające obraz rzeczywistości fake newsy.

Trudność rozróżnienia tych dwóch form (satyry oraz nierzetelnej informacji) potęgowana jest przez fakt, iż efekt komizmu autorzy parodystycznych tekstów paradiennikarskich uzyskują dzięki zacierananiu granicy pomiędzy prawdą a fikcją. Fake newsy o wydźwięku humorystycznym stosunkowo rzadko przedstawiają historie będące czystym, abstrakcyjnym wymysłem wyobraźni autora. Przykład „ASZdziennika” pokazuje, że największą popularnością cieszą się wiadomości w mniejszym lub większym stopniu odnoszące się do autentycznych wydarzeń. Proporcje elementów prawdziwych i zmyślonych zmieniają się z każdą publikacją, co wymaga

od czytelnika nieustannej uważności. Brak stałego schematu działania ze strony nadawcy oraz powierzchowność odbioru ze strony publiki skutkować mogą wywoływaniem przez tego typu satyrę niezamierzonej dezinformacji.

CHARAKTERYSTYKA I SPOSÓB WYKORZYSTANIA FIKCYJNYCH NEWSÓW W DZIALE KULTURALNYM „ASZDZIENNIKA”

Rysunek 1. Struktura gatunkowa kulturalnych tekstów „ASZdziennika”.



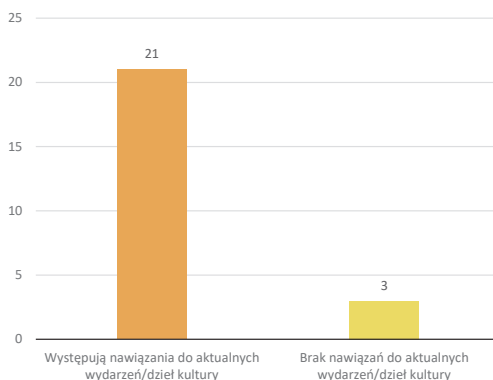
Źródło: opracowanie własne

Na fanpage’u „ASZdziennika” przeczytać możemy, iż portal „(...) każdego dnia walczy o najlepsze newsy, które najlepiej opisują nie najlepszą rzeczywistość”. W zakresie struktury gatunkowej analizowanych materiałów hasło to ma przełożenie na praktykę, gdyż większość treści zamieszczanych w serwisie imituje właśnie podstawowe formy informacyjne. Nie wszystkie z nich jednak naśladują dziennikarstwo przestrzegające ściśle zasad obiektywizmu. Dziesięć z dwudziestu czterech tekstów mieści się w konwencji czystej informacji, w której autor powiadamia o wydarzeniach, nie dokonując w żaden sposób ich oceny. W kolejnych siedmiu dominuje również forma newsowa, z tą różnicą, że wplecione zostały w nią elementy komentarza. Autor informuje, ale nie powstrzymuje się całkowicie od przedstawienia swojego subiektywnego punktu widzenia lub stosowania słownictwa wartościującego. Łącznie więc siedemnaście z dwudziestu czterech tekstów możemy uznać za zbliżone do gatunku newsa, podczas gdy siedem publikacji czerpie wyraźnie z gatunków odmiennych. W całej

próbie badawczej znalazły się dwie parodystyczne recenzje, dwa poradniki, dwa rankingi oraz jedna relacja. W większości przypadków częstotliwość występowania poszczególnych gatunków w roku 2015 i 2017 utrzymuje się na zbliżonym poziomie. Zaobserwować jednak możemy, że z czasem różnica między liczbą newsów obiektywnych a tych zawierających ocenę autora została zniwelowana – w przeszłości częściej pojawiały się informacje „bezstronne”.

Warto nadmienić, że wszystkie analizowane teksty pochodzące z pierwszych ośmiu miesięcy 2015 roku prezentowały formę newsową. Początkowo był to właściwie jedyny rodzaj treści publikowanych na portalu, a poszerzenie zakresu wykorzystywanych gatunków nastąpiło dopiero na późniejszym etapie rozwoju „ASZdziennika”. Humorystyczne recenzje, rankingi czy poradniki nie niosą ze sobą ryzyka przekształcenia się w fake newsy, z drugiej strony jednak szersza rozpiętość gatunkowa determinuje zwiększenie elastyczności konwencji, a więc także zmienność proporcji autentyzmu i fikcji oraz informacji i publicystyki w poszczególnych tekstach. Prowadzi to do zaniku stałych zasad, które mogłyby stanowić dla czytelnika wskazówkę, jak powinien traktować zawartość portalu.

Rysunek 2. Aktualność kulturalnych tekstów „ASZdziennika”.



Źródło: opracowanie własne

Newssem możemy nazwać informację, „która spełnia dodatkowe warunki: jest świeża i aktualna” (Lis, Skowroński, Ziomecki, 2002, s. 87). Wbrew mylnemu pierwszemu wrażeniu, to, że dana wiadomość została zmyślona, nie oznacza, że nie może ona jednocześnie posiadać ostatniej ze wspomnianych cech. Popularność fake newsów częściowo bierze się właśnie z faktu, iż zazwyczaj odnoszą się one do aktualnych wydarzeń

skupiających w danym momencie uwagę i zainteresowanie szerokiej publiczności. Już pobieżna lektura „ASZdziennika” sugeruje, że w przypadku fikcyjnych informacji o wydźwięku satyrycznym obowiązuje identyczna zasada. Analiza wybranych tekstów dodatkowo te spostrzeżenia potwierdza. W dwudziestu jeden z nich (na dwadzieścia cztery) występowały nawiązania do bieżących wydarzeń lub najnowszych dzieł kultury. Wyróżnić możemy jednak dwa poziomy eksponowania przez serwis bieżących tematów: sytuowanie ich w centrum tekstu lub traktowanie jako tło historii. Tło nawiązujące do bieżących wydarzeń służy zazwyczaj jako inspiracja i podłoże dla fikcyjnej historii wysuniętej na pierwszy plan. Tematy aktualne stają się natomiast główną osią tekstu w dwóch sytuacjach: gdy autorzy przyjmują ton bardziej subiektywny, dokonując bezpośredniej oceny danego zjawiska, oraz w przypadku zdarzeń niecodziennych, które same w sobie mogą budzić u czytelników zdziwienie lub niedowierzanie.

W analizowanej próbie badawczej teksty czyniące z aktualnych tematów główny wątek przekazu nie pojawiały się tak często, jak treści, w których bieżące wydarzenia służą za tło historii (stosunek osiem do trzynastu tekstów). Prowadzi to do wniosku, że choć sprawy poruszane w danym momencie przez inne media oraz opinię publiczną stanowią główne źródło inspiracji dla autorów „ASZdziennika”, aktualność tekstów nie zawsze opiera się na bezpośrednim odzwierciedlaniu czy komentowaniu popularnych tematów. Bardziej reprezentatywne dla opisywanego portalu jest odnoszenie się do bieżącej rzeczywistości za pomocą mniej oczywistych nawiązań oraz aluzji. Jeśli czytelnik nie dysponuje wiedzą o danym zdarzeniu czy utworze zaczerpniętą z innych źródeł, aktualne tematy mogą zostać mu zasygnalizowane, ale nie przedstawione w sposób pogłębiony.

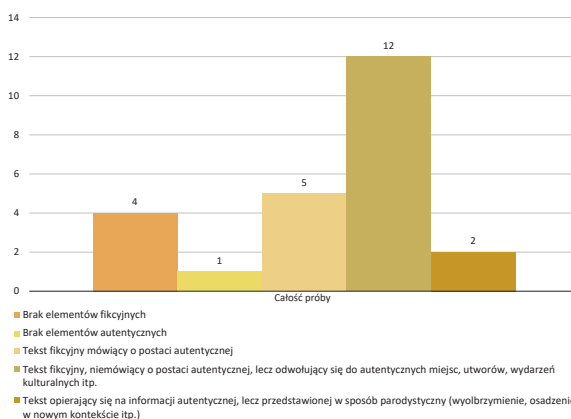
Aktualność tekstów „ASZdziennika” do pewnego stopnia determinuje ich charakter pod względem stosowanych proporcji prawdy i fikcji. Jak już wyżej uściślono, teksty zmyślone mogą pozostawać aktualne. Możliwe jest to jednak tylko w wypadku, gdy wplecione zostaną w nie również konkretne elementy autentyczne. W kontekście fake newsów takie zatarcie granicy pomiędzy prawdą a abstrakcyjnym zmyśleniem stanowi niejednokrotnie istotę problemu i decyduje o tym, czy dany przekaz może wywołać niepożądane skutki, czy pozostaje zupełnie nieszkodliwy.

Aktualność analizowanych materiałów wskazuje, że „ASZdziennik” bardzo rzadko korzysta z fikcji zupełnie oderwanej od rzeczywistości; dominują natomiast teksty, które w różnych proporcjach łączą elementy autentyczne ze zmyślonymi. Tworzenie newsów, które będą sprawiać wrażenie jak najbardziej prawdopodobnych, stanowi w końcu podstawową ideę

portalu. Do osiągnięcia takiego efektu autorzy dążą jednak kilkoma drogami. Mając na uwadze stopień fikcyjności przekazu, proponuję podzielenie tekstów „ASZdziennika” na pięć następujących kategorii:

- teksty pozbawione elementów fikcyjnych,
- teksty pozbawione elementów autentycznych,
- teksty fikcyjne, których bohaterem jest postać autentyczna,
- teksty fikcyjne, niemówiące o postaci autentycznej, lecz odwołujące się do innych elementów autentycznych – miejsc, utworów, wydarzeń kulturalnych, danych statystycznych itp.,
- teksty opierające się na informacji autentycznej, lecz przedstawiające ją w sposób parodystyczny – osadzoną w nowym kontekście, przerysowaną, ubarwioną.

Rysunek 3. Stopień fikcyjności kulturalnych tekstów „ASZdziennika”.



Źródło: opracowanie własne

Publikacje, które kwalifikują się do jednej z dwóch pierwszych kategorii – a więc ich charakter możemy jednoznacznie określić – stanowią na portalu „ASZdziennik” zdecydowaną mniejszość. W próbie badawczej znalazły się cztery teksty pozbawione zupełnie elementów fikcyjnych oraz tylko jeden tekst niezawierający żadnych elementów autentycznych. Na pozostałe dziewiętnaście przekazów unifikujących fantazję autora z fragmentami rzeczywistości składają się: dwa teksty przedstawiające prawdziwe wydarzenia w krzywym zwierciadle satyry; pięć tekstów, które bohaterem fikcyjnej historii czynią konkretną, autentyczną osobę; oraz aż dwanaście zmyślonych tekstów odnoszących się do rzeczywistych miejsc, utworów lub wydarzeń kulturalnych.

Treści autentyczne publikowane w dziale kulturalnym „ASZdziennika” przybierają najczęściej kształt opinii o wybranym utworze lub artyście. Raz

na jakiś czas autorom portalu zdarza się odejść od zmyślonych newsów na rzecz gatunków publicystycznych, w których zwracają uwagę publiczności na najnowsze dzieła branży kulturalnej lub rozrywkowej. Dopasowanie do konwencji satyrycznej może nastąpić wówczas przez zastosowanie oryginalnej formy tekstu lub uczynienie przedmiotem oceny zewnętrznych materiałów o charakterze komediowym. Jedynym tekstem niekorzystającym z żadnych autentycznych postaci, nazw itp. okazał się z kolei ranking nieistniejących seriali zaprezentowany jako antidotum na „namolnych »polecaczy«” (ASZ, *7 fikcyjnych seriali*²...).

Zmyślane historie zbudowane wokół postaci rzeczywistych zostały przeze mnie wyszczególnione jako odrębna kategoria tekstów ze względu na szczególne konsekwencje, jakie z takim połączeniem mogą się wiązać. Istnieje bowiem szansa, iż niewychwycenie przez czytelnika satyrycznych zamiarów autora skutkować będzie tutaj utożsamieniem konkretnej, autentycznej osoby z wypowiedzią lub działaniem nieprawdziwym. Są to więc treści, którym najbliżej do podstawowego rozumienia pojęcia „fake news”. Wyraźnie pozytywny lub negatywny ton historii mógłby wpływać na wizerunek rzekomo uczestniczącego w niej bohatera. Dział kulturalny „ASZdziennika” nie obfituje w newsy skrajnie nacechowane emocjonalnie, jednak niektóre teksty nadal mogą wprowadzić w błąd co do działalności wybranej osoby. Przykładowo, jeden z materiałów z 2015 roku donosi, iż przewodniczący Komisji Europejskiej, Jean-Claude Juncker, wystosował do wytwórni Warner Bros pismo z prośbą o modyfikację sylwetki filmowego Batmana, argumentując, że „promowanie ideału umięśnionego ciała” nie może odbywać się kosztem innych, równie ważnych grup społecznych” (ASZ, *UE chce, żeby filmowy Batman miał nadwagę...*). We wrześniu 2017 r. portal informował natomiast o planach zakończenia kariery przez popularnego rapera, Taco Hemingwaya, o czym ten miał napisać na Facebooku (ASZ, *Ładaś, Koniec Taco Hemingwaya...*). Odwoływanie się do znanych, autentycznych nazwisk z pewnością pomaga „ASZdziennikowi” w przyciąganiu uwagi szerszego grona odbiorców oraz – poprzez grę na skojarzeniach skupionych wokół opisywanej postaci – w uzyskiwaniu efektu komicznego. Jest to jednak zabieg wymagający od autorów szczególnego wyważenia i ostrożności.

Postaci prawdziwe pojawiają się w jeszcze jednej kategorii tekstów „ASZdziennika”, którą cechuje zgoła odmienny mechanizm konstruowania „newsów”. Tym razem trzon przekazu stanowi autentyczne wydarzenie lub

² Na potrzeby artykułu skrótem „ASZ” oznaczane są cytaty pochodzące z serwisu „ASZdziennik”.



wypowiedź, jednak zostają one przedstawione w sposób przekoloryzowany, hiperboliczny, zdeformowany. Następuje – jeśli posłużyć się terminologią Dunina-Wilczyńskiego – denaturalizowanie kontekstu, dopisywanie hipotetycznych scenariuszy, ironiczne przewidywanie potencjalnego rozwoju wydarzeń (Dunin-Wilczyński, 2014, s. 149). Metoda ta staje się efektywnym narzędziem obnażania paradoksów rzeczywistości, działającym w pewnym sensie odwrotnie niż zjawisko fake newsa. Podczas gdy fake newsy mają uwiarygodniać to, co nieprawdziwe, denaturalizacja kontekstu sprawia, że niecodzienne zdarzenia prawdziwe sprawiają wrażenie dodatkowo odrealnionych. Tym samym po raz kolejny – chociaż w inny sposób – zaciera się granica między informacją a fikcją, a kompetencje weryfikacyjne odbiorcy zostają wystawione na próbę.

Wśród kulturalnych tekstów „ASZdziennika” zdecydowanie najliczniejszą grupę stanowią przekazy fikcyjne niewprowadzające do historii postaci autentycznych, lecz opierające się na innych elementach rzeczywistości – łatwych do zidentyfikowania miejscach, wydarzeniach kulturalnych, utworach czy nawet danych statystycznych. Treści odpowiadające powyższej charakterystyce składają się dokładnie na połowę całej próby. Jest to kategoria wyraźnie zróżnicowana wewnętrznie. W jej obrębie znajdują się – po pierwsze – zarówno formy czerpiące z tradycyjnych newsów, newsów tabloidowych, jak i gatunków nieinformacyjnych oraz – po drugie – zarówno teksty odnoszące się do bieżących wydarzeń, jak i te od aktualnych tematów oderwane. Bohaterami historii stają się:

- jednostki odpersonalizowane, określane za pomocą pełnionej funkcji czy zawodu,
- opisywane ogólnikowo grupy osób,
- postaci wykreowane na potrzeby tekstu, reprezentujące „zwykłych ludzi” oraz określane przypadkowymi danymi personalnymi.

Powstrzymanie się od wykorzystania wizerunku realnych, skonkretyzowanych postaci gwarantuje autorom „ASZdziennika” większą swobodę w tworzeniu historii. Jednocześnie taki typ fikcyjnej informacji, zwłaszcza ubrany w nietabloidową formę newsową, przy nieuważnej lekturze może okazać się dla części odbiorców mylący. Zawiera on wystarczającą liczbę elementów odnoszących się do rzeczywistości, by sprawiać wrażenie konwencjonalnej informacji, a brak „uczestnictwa” znanej osoby sprawia, że czytelnik nie natknie się na przekazy sprzeczne z narracją „ASZdziennika”, np. pochodzące z mediów społecznościowych opisywanej postaci. Skoro bohater tekstu został wymyślony lub występuje anonimowo, w innych mediach nie znajdziemy żadnych wiadomości na jego temat – a więc

również takich, które zweryfikowałyby zmyślony przekaz. Jako przykład tego typu mylącej informacji niech posłuży news dotyczący spadkobierców Izabeli Łęckiej, bohaterki *Lalki* Prusa. Na „ASZdzienniku” czytamy, że w liście otwartym zażądali oni od Ministerstwa Edukacji Narodowej zadośćuczynienia za „wieloletnie mieszanie z błotem” ich przodkini, której wizerunek często wykorzystywany jest w zadaniach maturalnych w negatywnym kontekście (ASZ, *Spadkobiercy Izabeli Łęckiej chcą od MEN 10 mln zł...*). Tekst nawiązywał do autentycznych okoliczności (popularności *Lalki* na egzaminach maturalnych z języka polskiego), wskazywał prawdopodobnego bohatera zbiorowego (ale bez konkretyzacji jakichkolwiek osób) i opublikowany został w czasie trwania matur, czyli eksploatował temat aktualny. Nie powinno dziwić więc, że jeden z komentarzy pod wpisem wyraża szczere oburzenie wobec wygórowanych żądań bohaterów tekstu, co może wskazywać, iż omawiana informacja mogła zostać uznana przez odbiorców za autentyczną³.

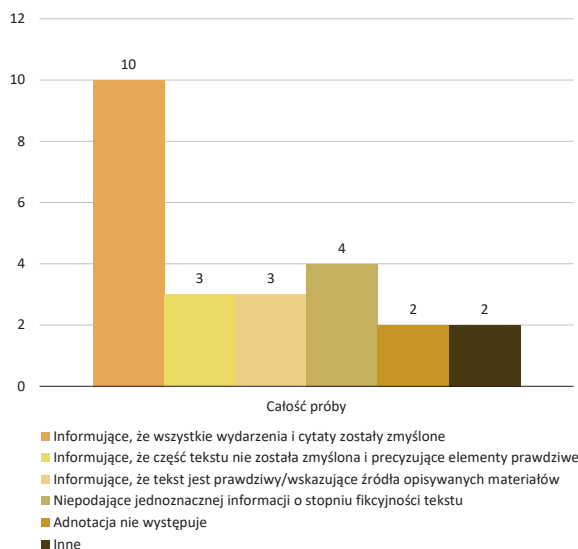
Analiza tekstów „ASZdziennika” dowodzi, że koncepcja „zmyślonego newsa” jest o wiele bardziej wielowymiarowa niż mogłoby się pozornie wydawać. Autorzy portalu realizują ją na różne sposoby, w zdecydowanej większości przypadków uniemożliwiając jednoznaczne skategoryzowanie poszczególnych tekstów jako „prawdę” lub „fikcję”. „Zmyślane newsy” nie zawsze okazują się „zmyślane”, a gdy z kolei mamy do czynienia z fantazją, odnajdujemy w niej elementy autentyczne. Ryzyko błędnej interpretacji przekazów wynika w dużej mierze ze zmienności twórczych schematów stosowanych przez autorów, w tym właśnie stopnia zniekształcenia rzeczywistości. Niektóre treści publikowane przez „ASZdziennik” mogą zostać niesłusznie odebrane jako rzetelne informacje; funkcjonują więc w sieci jako potencjalne fake newsy. Równocześnie zachodzić może – tym razem szczególnie wśród osób zaznajomionych z satyryczną konwencją portalu – zjawisko odwrotne, czyli postrzeganie historii prawdziwych w kategoriach zmyślenia. Granice autentyzmu i fikcji z pewnością nie zostają zarysowane na „ASZdzienniku” grubą, prostą kreską, lecz właściwie z każdym kolejnym tekstem są ustalane na nowo.

Głównym czynnikiem uniemożliwiającym postawienie tekstów „ASZdziennika” na równi z „modelowym” fake newsem jest jawność ich fikcyjnego charakteru. Transparentność przyjętej przez serwis konwencji sprowadza się przede wszystkim do odredakcyjnych adnotacji umieszczanych na końcu tekstu – zdradzających, że przedstawione treści nie

³ Dokładna treść omawianego komentarza brzmi: „Ta rodzinna jest chyba niespełna rozum!”.

są autentycznymi informacjami. Standardowy dopisek zawiera frazę: „To jest ASZdziennik. Wszelkie cytaty i wydarzenia zostały zmyślane”. Jak jednak można się domyślać na podstawie wyników wcześniejszych etapów analizy, adnotacja o takim brzmieniu nie we wszystkich przypadkach okazałaby się adekwatna. Podstawowa fraza wieńcząca materiał ulega więc licznym modyfikacjom, co samo w sobie nie powinno budzić zastrzeżeń. Najistotniejsza pozostaje odpowiedź na pytanie, czy dopiski – w jakimkolwiek wariantach – odpowiednio spełniają swoją funkcję objaśniającą i precyzyjnie wskazują usytuowanie tekstu na linii prawda–fikcja.

Rysunek 4. Rodzaje adnotacji występujących pod tekstami „ASZdziennika”.



Źródło: opracowanie własne

Adnotacje informujące, że wszelkie wydarzenia i cytaty zawarte w tekście zostały zmyślane, występują w analizowanych materiałach dziesięciokrotnie, czyli zdecydowanie najczęściej ze wszystkich wyróżnionych rodzajów. Jeśli jednak przyrównamy ten wynik do całości próby, zauważymy, że nie jest to nawet połowa przypadków. W ogólnym rozrachunku bazowa fraza pojawia się rzadziej niż jej zmodyfikowane odpowiedniki. Co więcej, nawet w tej dziesięcioskładnikowej grupie znalazła się adnotacja zawierająca zmianę pozornie minimalną (dopisek nadal informuje o fikcyjności tekstu), lecz wywołującą znaczące konsekwencje dla szerszego wydzwiku sformułowania. Zamiast słowami „To jest ASZdziennik. Wszelkie cytaty i wydarzenia zostały zmyślane”, publikacja zakończona została zdaniem: „To jest ASZdziennik, ale wszelkie cytaty i wydarzenia

zostały zmyślane” (ASZ, *Dramat fana Open’era...*). Wprowadzenie przeciwnego spójnika współrzędnego „ale” prowadzi czytelnika do diametralnie odmiennej interpretacji. Podczas gdy z pierwszego fragmentu wynika, że zmyślanie cytatów i wydarzeń jest rzeczą dla „ASZdziennika” typową, drugi sugeruje, że „ASZdziennik” zazwyczaj publikuje prawdę, a powyższy, zmyślony tekst jest pojedynczym odstępstwem od reguły. Za pomocą jednego słowa odmalowano więc opozycyjny – niezgodny z rzeczywistością – obraz całego serwisu.

Zarówno dopiski wyszczególniające, które elementy tekstu są zgodne z rzeczywistością, jak i te informujące o autentyczności materiału (odsyłające do oryginalnych źródeł), wystąpiły w badanej próbie trzykrotnie. Zaliczone do powyższych grup przykłady bez zarzutu spełniają rolę precyzowania charakteru tekstu. W serwisie natrafić możemy jednak także na dopiski mniej precyzyjne, które nie rozwiewają wprost wątpliwości co do fikcyjności lub autentyczności czytanej publikacji. Pierwszy zakwalifikowany do tej kategorii przykład – „To jest ASZdziennik dla ZaadoptujFaceta.pl” (ASZ, *Podsiadło przed Komorowskim i Dudą...*) – informuje jedynie o marketingowym charakterze materiału, zupełnie pomijając kwestię wiarygodności newsa. Pozostałe trzy przypadki prezentują się następująco:

- „To jest ASZdziennik. Ale to prawdopodobnie prawda” (ASZ, *Dramat producentów Bonda...*),
- „To jest ASZdziennik, ale nie wszystkie cytaty i wydarzenia zostały zmyślane” (ASZ, *Jadaś, Koniec Taco Hemingwaya...*),
- „To jest ASZdziennik, ale Vega naprawdę odleciał w TVP Info” (ASZ, *Ciechoński, Dramat Boga...*).

O ile ostatni przykład dotyczy tekstu, w którym wypowiedź polskiego reżysera została skontrastowana z hipotetyczną odpowiedzią Boga – więc moment wejścia w świat fantazji zaznaczony jest wyraziście nawet bez dodatkowych wyjaśnień – o tyle dwie pozostałe adnotacje zdecydowanie mogą pozostawiać odbiorcę z pewnymi wątpliwościami. Opatrzone nimi teksty informują kolejno o okolicznościach przyjęcia przez Daniela Craiga roli Jamesa Bonda w następnych filmach serii oraz zakończeniu kariery przez rapera Taco Hemingwaya. Satyryczny wydźwięk materiałów sugeruje, że nie prezentują one rzetelnych informacji, jednak jako czytelnicy nie dostajemy w tym wypadku klarownej odpowiedzi, w jakim stopniu dane przekazy zostały oparte na rzeczywistych wydarzeniach, a co jest w nich zmyśleniem. Autorzy dają do zrozumienia, że prezentują odbiorcy treści

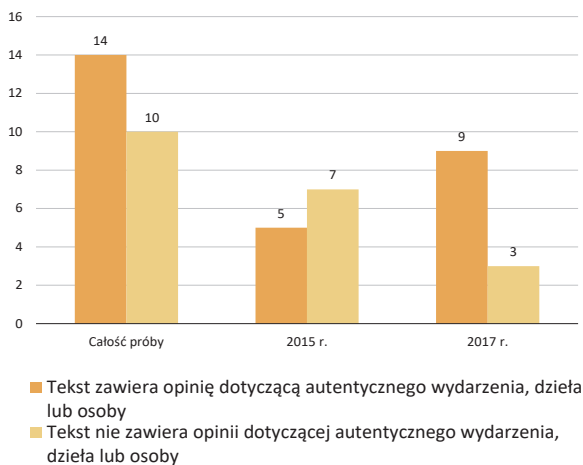
niejednolite, zawierające zarówno prawdę, jak i fikcję, lecz w żaden sposób nie precyzują, które elementy należą do poszczególnych kategorii.

Wbrew pozorom teksty „ASZdziennika” pozbawione jakiejkolwiek adnotacji (w badanej próbie występują takie dwa) nie są materiałami szczególnie zwodniczymi. Komizm jest w nich budowany w inny sposób niż poprzez łączenie zmyślenia z prawdą, więc bezpośrednia klaryfikacja nie jest konieczna. Większe komplikacje pojawiają się w przypadku adnotacji podwójnej występującej pod tekstem *Poradnik ASZdziennika dla strażników moralności: Oto prawdziwe tytuły sztuk teatralnych (18+)*. Inspiracją dla powstania materiału stał się kontrowersyjny spektakl *Śmierć i dziewczyna*, który w 2015 roku, ze względu na wyjątkowo śmiałe sceny erotyczne, spotkał się ze skrajnymi reakcjami publiczności oraz – co istotne w kontekście tej akurat publikacji – zdecydowaną dezaprobatą ze strony ówczesnego ministra kultury. „ASZdziennik” w odpowiedzi na medialne zamieszanie powstałe wokół sztuki opublikował satyryczny poradnik, który ostrzegał czytelników przed „nieobyčajnymi” wątkami zawartymi w innych znanych dramatach. W celu zwiększenia pozorów autentyczności do materiału został wprowadzony fikcyjny sponsor. Informację, iż „publikacja powstała ze środków Działu Edukacji Obywatelskiej Ministerstwa Kultury”, umieszczono nie w tekście głównym, lecz poniżej. Użyto przy tym pochyłej czcionki zarezerwowanej na „ASZdzienniku” właśnie dla końcowych, odredakcyjnych dopisków (w tym również informacji na temat autentycznego sponsorowania materiałów, jeśli takowe ma miejsce). Forma, która zazwyczaj oznacza więc wyjście autora poza odgrywaną rolę, poza umówioną konwencję, stała się kolejnym elementem przekazu satyrycznego, fikcyjnego. Właściwa adnotacja, pod względem wizualnym wyróżniona w identyczny sposób, znajduje się dużo niżej, oddzielona od tekstu długą grafiką. Dopiero w tym miejscu dowiadujemy się o nieprawdziwości pierwszego dopisku.

Zbiorcza analiza treści adnotacji oraz ich powiązań z tekstami właściwymi pokazuje, iż w większości przypadków – poza kilkoma bardziej złożonymi wyjątkami – „ASZdziennik” pozostawia czytelnikowi wskazówki, jak daną publikację interpretować. Treści fikcyjne oraz autentyczne zostają zazwyczaj odpowiednio oznaczone. Oceniane i przytaczane materiały opatrzone są informacją o oryginalnym źródle, a teksty sponsorowane – notatką o realizowanej współpracy. Należy jednak pamiętać, iż z racji umiejscowienia wszystkich tych komunikatów na końcu wpisu docierają one przede wszystkim do odbiorców, którzy poświęcają lekturze „ASZdziennika” większą uwagę i czytają teksty w całości. Obecność

adnotacji niekoniecznie zapobiega więc w pełni błędnym interpretacjom wynikającym z pobieżnego odbioru. Przypadki odchodzenia od precyzyjnego określenia charakteru publikacji również nie pozostają bez znaczenia, zwłaszcza że z czasem obserwujemy nasilenie tej tendencji⁴. Dopisek, którego założoną funkcją jest rzetelne informowanie i wyjaśnianie konwencji serwisu, czasami zostaje wykorzystany do spotęgowania komicznego wydźwięku tekstu albo zasugerowania stanowiska autora. Z jednej strony dodatkowo urozmaica to grę z czytelnikiem, wprowadzając element zaskoczenia, lecz z drugiej jeszcze bardziej zaciera granicę między newsem a fikcją i powoduje, że do prawidłowego zrozumienia intencji przekazu może okazać się niezbędna wcześniejsza znajomość konwencji „ASZdziennika”.

Rysunek 5. Obecność opinii w kulturalnych tekstach „ASZdziennika”.



Źródło: opracowanie własne

Choć newsy z definicji powinny przekazywać informacje w sposób bezstronny, bez wartościowania dokonywanego przez autora, już analiza gatunkowa badanych tekstów wykazała, że „ASZdziennik” nie zawsze decyduje się tę zasadę realizować. Bywa, że publikowane w serwisie zmyślane wiadomości przeplatane są sformułowaniami o charakterze opiniującym, a dodatkowo niektóre teksty nawiązują bezpośrednio do innych publicystycznych gatunków dziennikarskich. Satyra sama w sobie zakłada poddawanie krytyce wybranych wycinków rzeczywistości. Z pewnością uznać

⁴ Znamienym jej wskaźnikiem jest zmiana hasła znajdującego się na głównej stronie „ASZdziennika”. Pierwotna fraza „Najlepsze zmyślane newsy w kraju” skrócona została do postaci „Najlepsze newsy w kraju”, nieujawniającej bezpośrednio fikcyjnego charakteru publikowanych treści.

możemy, że „ASZdziennik” ujmowany całościowo stanowi satyrę na współczesne media i rządzące nimi mechanizmy. Jednak w ramach realizowania tego szerszego celu autorzy mogą dawać wyraz swoim opiniom dotyczącym konkretnych tematów poruszanych w poszczególnych tekstach.

W tej części analizy pod uwagę brane były jedynie opinie wyrażone w publikacjach bezpośrednio, za wyznacznik służyła więc obecność słownictwa wartościującego. Warto podkreślić również, że obiekt zainteresowania stanowiły oceny dotyczące wydarzeń, dzieł lub osób rzeczywistych, które czytelnicy będą mogli zidentyfikować. Zgodnie z powyższymi kryteriami opinię zawierało czternaście z dwudziestu czterech tekstów – materiały z elementami oceny dominowały więc nad tymi, w których ocena nie została wyrażona.

Znacząca okazuje się dysproporcja wyników dotyczących publikacji z poszczególnych lat. W 2015 roku liczba tekstów zawierających wyrażenia wartościujące oraz liczba tekstów tych wyrażen pozbawionych oscylowała wokół dość zbliżonego poziomu (odpowiednio pięć i siedem przykładów), choć szala przechylała się wówczas na stronę „obiektywizmu”, czyli przeciwnie niż w wypadku całej próby. Co więcej, dwie uwzględnione tutaj opinie pochodzą z tekstów sponsorowanych i podyktowane są raczej warunkami podjętej współpracy niż publicystycznymi ambicjami autora. Po umieszczeniu materiałów sponsorowanych w oddzielnej kategorii widzimy więc, że w 2015 roku treści publicystyczne (lub z publicystycznymi wstawkami) zaliczały się na „ASZdzienniku” do mniejszości. Rok 2017 to z kolei diametralne odwrócenie tej tendencji. Fragmenty oceniające znalazły się w dziewięciu z dwunastu analizowanych publikacji pochodzących ze wskazanego okresu. Żadna z nich nie pełniła funkcji reklamowych wynikających ze współpracy serwisu z zewnętrznymi podmiotami; zdecydowanie częściej zaczęły pojawiać się więc oceny zawierane w tekstach z czystej inicjatywy autorów.

Należy w tym miejscu uściślić, iż sposób przekazywania i eksponowania opinii przez „ASZdziennik” nie jest jednorodny. Pojawiają się one zarówno w formach typowo publicystycznych – gdzie funkcja emotywna dominuje w całości przekazu – jak i w tekstach newsowych, w których subiektywne przemyślenia ograniczają się do pojedynczych wyrażen lub krótkich komentarzy. W niektórych przypadkach możemy być przekonani, że stosowane słownictwo wartościujące odzwierciedla osobiste stanowisko autora w danej sprawie; kiedy indziej opinie stanowią część fikcyjnej historii, co uniemożliwia automatyczne postawienie takiego znaku równości. W obu sytuacjach decyzyja o wpleceniu w tekst konkretnych osądów

determinuje jednak ogólny wydźwięk materiału, jego emocjonalne nacechowanie. Tym samym publikowane treści przestają być neutralne czy czysto rozrywkowe – pod wierzchnią warstwą żartu prezentują czytelnikowi określoną perspektywę spoglądania na dany temat.

Widoczna tendencja do coraz częstszego sięgania po słownictwo wartościujące oraz formułowania w tekstach ocen odnoszących się do wybranych tematów pozwala aktualnie przypisać „ASZdziennikowi” rolę medium quasi-opiniotwórczego. W wybranych publikacjach twórcy serwisu realizują funkcję publicystyczną w sposób konwencjonalny (recenzje, rankingi), choć w większości przypadków forma wyrażania opinii dostosowana jest do fakenewsowo-satyrycznej konwencji portalu. Bez względu na interpretację wyrażen ocenających przez odbiorcę (uznanie ich za składową fikcyjnej historii lub autentyczne odzwierciedlenie stanowiska autora) wykorzystanie ich w tekście zdecydowanie pozbawia dany materiał neutralności. Zmyślane newsy stają się więc sposobem na ukazanie rzeczywistości – w tym wypadku świata kultury – pod wybranym kątem i opatrzenie jej mniej lub bardziej bezpośrednim komentarzem.

PODSUMOWANIE

„ASZdziennik” jako medium unifikujące satyrę z konwencją fakenewsową wyznacza niezwykle aktualny, dynamiczny i interesujący obszar badań naukowych. Pisząc o satyrycznych serwisach informacyjnych emitowanych w amerykańskiej telewizji, Borden i Tew zauważyli, że ma w nich miejsce jednoczesne parodiowanie, dostarczanie oraz opiniowanie aktualnych newsów (Borden, Tew, 2007, s. 306). Identyčnym stwierdzeniem moglibyśmy posłużyć się w odniesieniu do działalności „ASZdziennika”. Serwis, obok swojej fundamentalnej roli medium satyryczno-rozrywkowego, poprzez zmyślane newsy realizuje również funkcję informacyjną oraz publicystyczną. Analiza wybranych tekstów z 2015 i 2017 roku unaoczniała, iż z biegiem czasu mogliśmy obserwować zwiększenie udziału treści opiniujących w strukturze serwisu. Twórcy strony coraz częściej sięgają po słownictwo wartościujące, nadając publikowanym materiałom bardziej subiektywny charakter. Funkcja informacyjna z kolei łączy się z faktem, iż inspirację dla tworzonych przez „ASZdziennik” zmyślonych newsów najczęściej stanowią autentyczne, aktualne wydarzenia. Jako że w większości przypadków zostają one jednak zniekształcone, wyolbrzymione lub użyte jedynie jako tło dla fikcyjnej historii, nie należy rozpatrywać serwisu

w kategorii pełnoprawnego źródła informacji mogącego zastąpić pod tym względem konwencjonalne media. Informacyjna funkcja „ASZdziennika” polega przede wszystkim na zasygnalizowaniu czytelnikowi danego tematu, wzbudzeniu zainteresowania i zachęceniu odbiorcy do zapoznania się z szerszym kontekstem wydarzenia w innych źródłach.

Złożonym problemem pozostaje kwestia funkcjonowania parodystycznych, zmyślonych wiadomości w kontekście pogłębiającego się zjawiska fake news. Adnotacje informujące o fikcyjności tekstów zdecydowanie oddzielają „ASZdziennik” od konwencjonalnych fake newsów i dowodzą, że intencją twórców nie jest wywołanie dezinformacji wśród odbiorców. Dodatkowo część publikacji posługuje się wysokim poziomem odrealnienia, który natychmiast zdradza satyryczny charakter przekazu. Niemniej jednak zmyślane newsy zawierają bardzo wiele elementów upodabniających je do autentycznych przekazów, na które możemy natrafić w innych mediach internetowych. Teksty regularnie odnoszą się do rzeczywistych, aktualnych wydarzeń oraz realnych osób, a wspomniane adnotacje coraz częściej stanowią nie przełamanie, a przedłużenie gry z czytelnikiem.

W świetle wszystkich tych czynników możliwa staje się sytuacja, w której odbiorca błędnie zinterpretuje zmyśloną wiadomość opublikowaną przez „ASZdziennik” jako prawdziwą. Wybrane teksty serwisu mogą więc zacząć funkcjonować jako fake newsy, zwłaszcza że internet pozostaje przestrzenią, gdzie materiały pisane odbieramy często fragmentarycznie i pobieżnie. Ryzyko uaktywnienia niepożądanego działania satyrycznych treści serwisu nie występuje jednak we wszystkich sytuacjach. Przekształcenie zmyślanej wiadomości w fake news staje się najbardziej prawdopodobne w momencie jednoczesnego wystąpienia kilku czynników, spośród których w pierwszej kolejności należy wymienić realistyczny charakter konkretnego przekazu oraz niezaznajomienie odbiorcy z ogólną konwencją serwisu. Do błędnej interpretacji będzie się również przyczyniać nieuwaga czytelnika, przyswojenie jedynie fragmentu tekstu (np. ograniczenie się do widocznego na facebookowej miniaturze tytułu i początku litery) lub brak dopisku jasno określającego zawartość prawdy i fikcji w danym materiale.

Możliwość zapobiegania podobnym nieporozumieniom w zbliżonym stopniu mają osoby znajdujące się po obu stronach satyrycznego przekazu. Wśród odbiorców będzie nią nawyk weryfikacji faktów oraz uważna lektura tekstów pozwalająca lepiej zrozumieć intencje autora, natomiast wśród nadawców – całkowita jawność stosowanej konwencji oraz precyzja we wskazywaniu wykorzystanych elementów fikcyjnych.

BIBLIOGRAFIA

- Barthel, M., Mitchell, A., Holcomb, J. (2016). *Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion*. Pobrane z: <http://www.journalism.org/2016/12/15/many-americans-believe-fake-news-is-sowing-confusion/> (24.02.2018).
- Baym, G., Jones, J.P. (2012). News Parody in Global Perspective: Politics, Power, and Resistance, *Popular Communication*, 10(1–2), 2–13.
- Borden, S.L., Tew, C. (2007). The Role of Journalist and the Performance of Journalism: Ethical Lessons From “Fake” News (Seriously), *Journal of Mass Media Ethics*, 22(4), 300–314.
- Boukes, M. (2016). *News with an Attitude: Assessing the Mechanisms Underlying the Effects of Opinionated News*. Pobrane z: https://www.researchgate.net/publication/265486508_Opinionated_News_and_how_it_Affects_Political_Attitudes (16.03.2018).
- Compton, J. (2011). Introduction: Surveying Scholarship on The Daily Show and The Colbert Report. W: A. Amarasingam (red.), *The Stewart/Colbert Effect: Essays on the Real Impacts of Fake News*, (s. 9–23). Jefferson: McFarland.
- Daskal, E. (2015). When Does a Joke Cease to Amuse? The Construction of Regulatory Boundaries to Satire Following Public Complaints, *The Communication Review*, 18(3), 167–188.
- Dentith, M.R.X. (2017). The Problem of Fake News, *Public Reason*, 8(1–2), 65–79.
- Dunin-Wilczyński, S. (2014). Parodia i ironia jako strategie komunikacji w programie satyrycznym „The Colbert Report”, *Zeszyty Naukowe KUL*, 1(225), 141–155.
- Hodak, M. (2016). Prawne konsekwencje stosowania stylu satyrycznego, *Acta Universitatis Lodzensis. Folia Litteraria Polonica*, 2(32), 21–31.
- Keen, A. (2007). *Kult amatora. Jak internet niszczy kulturę*. Przeł. M. Bernatowicz, K. Topolska-Ghariani. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Lis, T., Skowroński, K., Ziomecki, M. (2002). *ABC dziennikarstwa*. Warszawa: Axel Springer Polska.
- McBeth, M.K., Clemons, R.S. (2011). Is Fake News the Real News? The Significance of Stewart and Colbert for Democratic Discourse, Politics, and Policy. W: A. Amarasingam (red.), *The Stewart/Colbert Effect: Essays on the Real Impacts of Fake News*, (s. 79–98). Jefferson: McFarland.

- Pająk, P. (2014). *ASZdziennik – ten serwis robi prawdziwą furorę w polskim internecie na... zmyślonych newsach. Rozmawiamy z jego twórcą*. Pobrane z: <https://www.spidersweb.pl/2014/02/aszdzienik-ten-serwis-robi-prawdziwa-furore-w-polskim-internecie-na-zmyslonych-newsach-rozmawiamy-z-jego-tworca.html> (17.12.2017).
- Palczewski, M. (2017). Dekonstrukcja paradygmatu newsa we współczesnym dziennikarstwie. W: M. Wszolek, M. Graszewicz (red.), *Teorie komunikacji i mediów 10*, (s. 101–110). Wrocław: Libron.
- Pennycook, G., Cannon, T.D., Rand, D.G. (2018). *Implausibility and Illusory Truth: Prior Exposure Increases Perceived Accuracy of Fake News but Has No Effect on Entirely Implausible Statements*. Pobrane z: https://www.researchgate.net/publication/317069544_Implausibility_and_illusory_truth_Prior_exposure_increases_perceived_accuracy_of_fake_news_but_has_no_effect_on_entirely_implausible_statements (16.03.2018).
- Press.pl (2017). *BBC: rosna obawy przed wpływem fake news w internecie*. Pobrane z: http://www.press.pl/tresc/50118,bbc_-rosna-obawy-przed-wplywem-fake-news-w-internecie (16.12.2017).
- Szpunar, M. (2017). *Imperializm kulturowy internetu*, Kraków: Uniwersytet Jagielloński.
- White, A. (2017). Facebook and Matters of Fact in the Post-Truth Era. W: A. Amarasingam (red.), *The Stewart/Colbert Effect: Essays on the Real Impacts of Fake News*, (s. 14–17). Jefferson: McFarland.
- Williams, B.A., Delli Caprini, M.X. (2011). Real Ethical Concerns and Fake News: The Daily Show and the Challenge of the New Media Environment. W: A. Amarasingam (red.), *The Stewart/Colbert Effect: Essays on the Real Impacts of Fake News*, (s. 181–192). Jefferson: McFarland.
- WirtualneMedia.pl (2017). *Fałszywych informacji w internecie będzie przybywać. Oplacają się autorom, rozprzestrzeniają się w social media*. Pobrane z: <http://www.wirtualnemedial.pl/artukul/falszywych-informacji-w-internecie-bedzie-przybywac-oplacaja-sie-autorom-rozprzestrzeniaja-sie-w-social-media/page:1> (15.12.2017).
- Wolny-Zmorzyński, K., Kaliszewski, A., Furman, W. (2009). *Gatunki dziennikarskie. Teoria – praktyka – język*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.





► **Paweł Nowak** – doktorant na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ, absolwent Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej. Zawodowo project manager, pasjonat mediów społecznościowych oraz nowych technologii i cyfryzacji mediów. Koordynator ds. Komunikacji Internetowej oraz asystent zarządu w Fundacji „Korowód” im. Marka Grechuty

Sprawozdanie z seminarium: Fake-news – ich wpływ na funkcjonowanie instytucji medialnych. Doświadczenia polskie i zagraniczne praktyki. Kraków, 22 czerwca 2018 r.

Paweł Nowak

pawel@pawelnowak.eu

UNIwersytet Jagielloński

Fake-news – to zagadnienie od co najmniej kilku lat zajmuje medioznawców na całym świecie, zwłaszcza po amerykańskiej kampanii przed wyborami prezydenckimi w 2016 roku. Dwa lata później problem stał się na tyle poważny, że zajęła się nim między innymi Komisja Europejska. Jak wynika z badań Eurobarometru, 83% Europejczyków uważa, że fałszywe informacje mogą stanowić zagrożenie dla demokracji. W oparciu o obszernie opracowanie¹, przygotowane w marcu 2018 roku przez grupę wysokiego szczebla ds. nieprawdziwych informacji i dezinformacji w internecie, oraz o szerokie konsultacje społeczne Komisja Europejska zaproponowała podjęcie szeregu działań. Wskazano między innymi na konieczność utworzenia „Kodeksu postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji” czy powstania europejskiej sieci niezależnych organizacji, które zajmą się weryfikacją faktów, oraz bezpiecznej elektronicznej platformy wspomagającej powyższe działania. Na czele działań związanych z walką z dezinformacją

Nowak, P. (2018),

Sprawozdanie z seminarium:

Fake-news – ich wpływ na funkcjonowanie instytucji medialnych. Doświadczenia polskie i zagraniczne praktyki.

Kraków, 22 czerwca 2018 r.,

Com.press, 4 (1), s. 64-77.

www.compress.edu.pl

¹ European Commission, *Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation*. Pobrane z: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation> (18.08.2018).

w Unii Europejskiej stanęła komisarz ds. gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego Marija Gabriel².

22 czerwca 2018 roku Zakład Komunikowania Międzynarodowego i Mediów Uniwersytetu Jagiellońskiego (ZKMIM UJ) we współpracy ze Związkiem Pracodawców Mediów Publicznych, Telewizją Polską S.A. (TVP S.A.) oraz Krajową Radą Radiofonii i Telewizji zorganizował seminarium „Fake-news – ich wpływ na funkcjonowanie instytucji medialnych. Doświadczenia polskie i zagraniczne praktyki”.

Prelegentami seminarium byli:

- Katarzyna Madera (BBC – British Broadcasting Company),
- Estefanía de Antonio García (RTVE – Radiotelevisión Española),
- Monika Garbačiauskaitė-Budrienė (LRT – Lietuvos Nacionalinis Radijas ir Televizija),
- Wouter Gekiere (EBU – European Broadcasting Union),
- prof. Janusz Kawecki (KRRiT – Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji),
- Grzegorz Zajączkowski (TVP S.A. – Telewizja Polska S.A.),
- ks. dr hab. Michał Drożdż, prof. Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II.

Witając zgromadzonych gości, seminarium otworzyli dr hab. Weronika Świerczyńska-Głownia (ZKMIM UJ) oraz Maciej Stanecki (członek zarządu Telewizji Polskiej S.A.).

Pierwszą prelegentką była Katarzyna Madera (BBC)³. Podkreśliła przede wszystkim, że BBC jest całkowicie niezależna od wpływów rządowych czy wymagań akcjonariuszy. Najważniejsi dla tej organizacji są odbiorcy. Katarzyna Madera przypomniała również, że British Broadcasting Corporation wiele lat temu opracowała dokument „Editorial Guidelines”, który określa wszystkie obowiązki pracowników tej organizacji nadawczej. Prelegentka wskazała ponadto, że według wytycznych brytyjskiego nadawcy publicznego fake-news to „fałszywa informacja rozpowszechniana celowo, zazwyczaj w celu osiągnięcia politycznych albo komercyjnych korzyści”. Zwróciła również uwagę, że fake-newsami nie są zwykłe błędy dziennikarskie czy informacje, z którymi się zwyczajnie nie zgadzamy.

² Komisja Europejska, *Dezinformacja uderza w demokrację*. Pobrałe z: https://ec.europa.eu/poland/news/180426_fake_news_pl (18.08.2018).

³ Katarzyna Madera – dziennikarka i prezenterka BBC World News. Od 2002 roku pracuje przy wielu najważniejszych projektach BBC World News. Obecnie prowadzi program „Newsday” poświęcony międzynarodowym wydarzeniom, ze szczególnym uwzględnieniem Azji i tamtejszych rynków finansowych. Program jest emitowany na antenie BBC World News i BBC News.

Katarzyna Madera przywołała również badania przeprowadzone przez BBC World Service w 18 krajach. Siedemdziesiąt dziewięć procent badanych stwierdziło, że czują się zagubieni i nie wiedzą, co jest prawdą, a co kłamstwem w internecie. W swojej prezentacji autorka zacytowała także wyniki badania Edelman Trust Barometer Global Report, które pokazują, że od 2017 roku ponownie wzrasta zaufanie do mediów tradycyjnych oraz działających jedynie w internecie, a spada względem wyszukiwarek internetowych i mediów społecznościowych.

Fałszywe informacje mają 70% więcej szans na udostępnienie, chociażby za pośrednictwem Twittera, niż te prawdziwe – podkreśliła dziennikarka BBC. Takie są wyniki badań naukowców z Massachusetts Institute of Technology⁴. Podobnie alarmujące dane opublikował w czerwcu 2018 roku National Literacy Trust. Pokazują one, że jedynie 2% badanych spośród dzieci i młodzieży w Wielkiej Brytanii potrafi ocenić, czy dana informacja jest fałszywa⁵.

Ponadto Katarzyna Madera wskazała, że BBC traktuje walkę z fałszywymi informacjami bardzo poważnie i prowadzi wiele działań związanych z tym zjawiskiem. Wśród nich są działania polegające na wykrywaniu i ujawnianiu fake-newsów, budowaniu zaufania u obiorców na całym świecie oraz edukacja.

Wśród codziennych działań BBC zmierzających do wyeliminowania fake-newsów jest także aktywność związana ze zwykłą pracą dziennikarza czy korespondenta. Zawsze kiedy tylko jest to możliwe, BBC korzysta z własnych dziennikarzy (*first-hand source*). Kiedy redakcja nie ma własnego korespondenta, na miejscu zdarzenia musi zastosować zasadę sprawdzenia danej informacji w co najmniej dwóch niezależnych, zaufanych źródłach. Każda informacja jest sprawdzana, podobnie jak autentyczność dokumentu czy materiałów cyfrowych pochodzących z internetu.

Komentując wystąpienie Katarzyny Madery, moderująca seminarium dr hab. Weronika Świerczyńska-Głównia podkreśliła, że bardzo interesującym i ciekawym zagadnieniem jest to, że BBC prowadzi działania

⁴ P. Dizikes, *Study: On Twitter, false news travels faster than true stories*. Pobrane z: <http://news.mit.edu/2018/study-twitter-false-news-travels-faster-true-stories-0308> (18.08.2018). Pełny raport z cytowanego badania jest dostępny w magazynie „Science”: <http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>.

⁵ *Only 2% of UK children have the critical literacy skills they need to tell if news is real or fake*. Pobrane z: <https://literacytrust.org.uk/news/only-2-uk-children-have-critical-literacy-skills-they-need-tell-if-news-real-or-fake/> (18.08.2018). Pełny raport jest dostępny pod adresem: <https://literacytrust.org.uk/research-services/research-reports/fake-news-and-critical-literacy-final-report/>.

edukacyjne. Zwróciła uwagę na to, że brytyjski nadawca publiczny podnosi kwalifikacje nie tylko swoich pracowników, ale kieruje swoje działania edukacyjne także do dzieci i młodzieży, udostępniając bezpłatne materiały szkoleniowe. „Tak jak kiedyś w mediach analogowych mówiliśmy o wychowywaniu odbiorcy, tak teraz musimy nauczyć go poruszania się w cyfrowym świecie i odróżniania informacji prawdziwej od fake-newsa” – stwierdziła moderatorka.

Jako druga swoją prezentację pod tytułem „Fake-newsy i konflikt w Katalonii” przedstawiła Estefania de Antonio García (RTVE)⁶. Na wstępie prelegentka odniosła się do prezentacji Katarzyny Madery i podkreśliła, że BBC pokazała innym telewizjom publicznym, jak walczyć z fake-newsami. García zwróciła uwagę, że zjawisko to nie jest nowe i istniało od zawsze. Jej zdaniem wcześniej było ono obecne jako propaganda czy chwytliwe nagłówki. Obecnie zwiększyły się skala i prędkość, z jaką rozprzestrzeniają się fałszywe informacje. Widoczne jest to chociażby w mediach społecznościowych jako wirale. Dodała, że utrata zaufania do mediów jest związana z utratą zaufania do instytucji publicznych.

Estefania de Antonio García podkreśliła, że dla niej jako redaktor naczelnej portalu informacyjnego hiszpańskiej telewizji publicznej najtrudniejsze jest znalezienie sposobu, w jaki można by zrównoważyć chęć bycia pierwszym źródłem danej informacji i weryfikację przekazywanej treści.

Hiszpańska prelegentka zwróciła uwagę, że w okresie przed referendum niepodległościowym w Katalonii w środkach masowego przekazu pojawiało się wiele fałszywych informacji. Skłoniło to rząd hiszpański do podjęcia działań mających na celu prawne uregulowanie kwestii fake-newsów w przestrzeni publicznej. García przedstawiła kilka przykładów fałszywych informacji związanych z referendum, które zostały opublikowane przez największe media w Hiszpanii.

Dodała jednocześnie, że jej zdaniem trudno ocenić realny wpływ fake-newsów na wydarzenia, takie jak referendum w Katalonii, brexit czy wybory prezydenckie w Stanach Zjednoczonych. Zwróciła uwagę, że media profesjonalne powinny ponosić odpowiedzialność za jakość standardów dziennikarskich, co wiąże się z koniecznością weryfikacji prawdziwości przekazywanych informacji.

⁶ Estefania de Antonio García – redaktor naczelna portalu informacyjnego rtve.es – hiszpańskiej telewizji publicznej. W latach 2012–2017 kierowała działem zagranicznym portalu RTVE, wcześniej jako reporterka zajmowała się sprawami międzynarodowymi. Obecnie prowadzi również cotygodniowy program publicystyczny w hiszpańskiej telewizji publicznej.

RTVE – hiszpańska telewizja publiczna – wykorzystuje wiele źródeł, takich jak własne zdjęcia redakcyjne, agencje prasowe, materiały Europejskiej Unii Nadawców (EBU), źródła instytucjonalne czy media społecznościowe i materiały tworzone przez użytkowników (*user generated content*). Ponadto García wskazała kilka pryncypiów, którymi kierują się dziennikarze RTVE, takich jak unikanie rozpowszechniania plotek, materiałów niszczących godność człowieka czy przedstawianie wszystkich możliwych punktów widzenia. RTVE dba o identyfikowanie źródeł informacji oraz stara się je zdobywać za pośrednictwem własnych dziennikarzy.

García przedstawiła pięć pytań, które pozwalają zweryfikować prawdziwość informacji: czy treść jest oryginalna? Czy wiemy, kto wyprodukował daną treść? Czy wiemy, gdzie ona powstała? Kiedy powstał dany materiał? Czy wiemy, dlaczego dana osoba stworzyła daną treść? Podkreśliła jednak, że najważniejsze jest to, aby być w miejscu, w którym dzieje się dane wydarzenie. Jej zdaniem media nie przewidywały wydarzeń, takich jak zwycięstwo Donalda Trumpa czy brexit, właśnie dlatego, że dziennikarze zbyt pobieżnie traktowali swoją pracę i nie rozmawiali z ludźmi spoza wielkich miast. Nie reagowali na symptomy pojawiające się w społeczeństwie.

Ponadto García wskazała, że kilku nadawców w Hiszpanii już teraz posiada w swojej ofercie programy aktywizujące odbiorców poprzez pytanie ich o to, która informacja ich zdaniem jest prawdziwa. Zwróciła również uwagę na interaktywny projekt internetowy przygotowany przez RTVE – „War against lies”⁷, w którym internauci mogą prześledzić, jak inni obywatele samodzielnie weryfikują ważne informacje o konfliktach zbrojnych pojawiające się w mediach i internecie. Użytkownik może krok po kroku odkrywać prawdę i wziąć udział w teście wiadomości.

Komentując wystąpienie Estefanii de Antonio Garcíi, dr hab. Weronika Świerczyńska-Głownia zwróciła uwagę na wyzwanie, przed jakim stoją obecnie media, polegające na wyważeniu wspomnianych zasadniczych elementów, czyli potrzebie jak najszybszego informowania z koniecznością weryfikacji tych informacji.

Kolejne wystąpienie na seminarium było prezentacją Moniki Garbačiauskaitė-Budrienė (LRT)⁸ pod tytułem „Litewskie media publiczne na straży jakości w rozchwytanym środowisku informacyjnym”. Na wstępie

⁷ <http://lab.rtve.es/webdocs/guerra-mentira/en/>

⁸ Monika Garbačiauskaitė-Budrienė – nowa dyrektorka generalna LRT – litewskiego nadawcy publicznego, doświadczona dziennikarka. W latach 2000–2017 była redaktorką naczelną DELFI – największego litewskiego portalu informacyjnego. Wcześniej współpracowała z wieloma litewskimi organizacjami medialnymi jako reporterka i autorka publikacji.

prelegentka z Litwy zwróciła uwagę na to, że wraz ze wzrostem liczby informacji publikowanych przez daną redakcję wzrasta prawdopodobieństwo, że pojawiają się wśród nich fake-newsy. Podkreśliła również, że Litwa zmagając się obecnie z zalewem wielu fałszywych informacji publikowanych przez Rosję. Część z nich jest dość absurdalna. Jeden z takich newsów, powołując się na nieistniejący wywiad prezydent Daliai Grybauskaitė dla tygodnika „Der Spiegel”, sugerował, że obawia się ona inwazji ze strony Rosji. Inny traktował o tym, że Litwa nałożyła sankcje na Mongolię.

Monika Garbačiauskaitė-Budrienė zwróciła także uwagę na dużą obecność fake-newsów w mediach społecznościowych, bardzo często o tematyce gospodarczo-ekonomicznej. Wskazała przykłady treści, które wykorzystują chęć zarobku lub oszczędzania przez użytkowników i służą do rozpowszechniania wirusów komputerowych. Dodała także, że dość popularne są pojawiające się okresowo fałszywe informacje o tym, że ceny produktów codziennego użytku na Litwie są wyższe niż w krajach Europy Zachodniej. Odrębnym problemem w litewskojęzycznych mediach społecznościowych są tak zwane trolle internetowe, które atakują również fora dyskusyjne. Zazwyczaj żywo komentują one informacje o aktualnych wydarzeniach i próbują wpływać na opinię społeczną.

Dyrektor litewskiego nadawcy publicznego podkreśliła znaczącą rolę mediów publicznych w walce z fake-newsami i edukacji społeczeństwa. Wskazała również, że należy stale weryfikować wiarygodność różnych źródeł informacji, które na przykład jeszcze kilka miesięcy wcześniej cieszyły się dobrą renomą, a obecnie mogą rozpowszechniać nieprawdziwe informacje.

Komentując wypowiedź Garbačiauskaitė-Budrienė, prowadząca seminarium dr hab. Weronika Świerczyńska-Głównia zwróciła uwagę na nieprawdziwą informację o śmierci Arkadija Babczienki, która została opublikowana przez media w różnych krajach. Podkreśliła, że obecnie redakcje stoją przed podwójnym wyzwaniem. Muszą nie tylko oceniać informacje w kategorii „prawda-fałsz”, ale także stawać przed dylematem natury moralnej.

Prelekcję pod tytułem „Fake-news i chaos informacyjny – jak zapewnić i utrzymać silną pozycję wysoko jakościowego dziennikarstwa w Europie?” w pierwszej części seminarium jako ostatni wygłosił Wouter Gekiere (EBU)⁹. Na wstępie przedstawiciel EBU podkreślił, że obecnie Europejska Unia Nadawców jest największą organizacją na świecie zrzeszającą media

⁹ Wouter Gekiere – doradca ds. europejskich w brukselskim biurze Europejskiej Unii Nadawców (EBU). Śledzi bieżące ustawodawstwo europejskie w zakresie polityki audiowizualnej, w tym zagadnienia związane z krytyczną konsumpcją mediów.

publiczne. Treści emitowane przez stacje radiowe i telewizyjne oraz media elektroniczne należące do EBU docierają każdego dnia do ponad miliarda odbiorców w 56 krajach. Zwrócił uwagę, że tematem fake-newsów należy zajmować się w skali globalnej.

Gekiere powołał się na wnioski powstałe podczas przygotowywania raportu „Fake news and information disorder”, który został opublikowany przez Europejską Unię Nadawców w kwietniu 2018 roku¹⁰. Autorzy raportu zwrócili uwagę, że obecnie głównym problemem jest chaos informacyjny, a fake-newsy są jedynie jego najbardziej widoczną częścią. To, co dzieje się aktualnie w mediach, jest spowodowane przede wszystkim globalną mocą platform informacyjnych – aż 57% odbiorców mediów w Europie czerpie swoją wiedzę z różnego rodzaju platform elektronicznych. Chaos powoduje spadek przychodów mediów profesjonalnych, erozję dobrego dziennikarstwa, a także zmniejszenie zaufania odbiorców do mediów profesjonalnych. Wśród odbiorców powstaje luka w umiejętności czytania, a fake-newsy i chaos informacyjny wpływają również na demokrację.

Wouter Gekiere zwrócił także uwagę na zmniejszającą się widoczność mediów publicznych w cyfrowym świecie. Przywołał wystąpienie Tonyego Halla – dyrektora generalnego BBC, który 11 czerwca 2018 roku zaapelował do członków brytyjskiego parlamentu o pomoc dla mediów publicznych w Wielkiej Brytanii. Obecnie nadawcy publiczni nie są dostatecznie chronieni przez prawo medialne, co powoduje, że produkowane przez nich treści są trudne do odnalezienia w natłoku produkcji komercyjnych. Oferta nadawców komercyjnych jest lepiej eksponowana, ponieważ dysponują oni większymi środkami finansowymi na reklamę, a pozycja mediów publicznych nie jest w żaden sposób uprzywilejowana w cyfrowych i mobilnych urządzeniach odbiorczych¹¹.

Gekiere podkreślił, że bardzo ważny jest dialog z politykami na poziomie krajowym i europejskim. Europejska Unia Nadawców wyznaje podejście holistyczne do walki z fake-newsami. Swoją rolę w walce o jakościowe dziennikarstwo odgrywają właściciele platform komunikacyjnych, instytucje i władze publiczne, media oraz pozostałe organizacje i uczestnicy rynku medialnego.

Przedstawiciel EBU zwrócił również uwagę, że pomimo spadku zaufania do mediów, radio i telewizja nadal cieszą się dużym zaufaniem wśród odbiorców. Tak wynika z ostatnich badań zaufania do mediów

¹⁰ Pełna treść raportu jest dostępna pod adresem: <https://www.ebu.ch/publications/fake-news-and-the-information-disorder>.

¹¹ *Tony Hall's speech to parliamentarians on prominence*. Pobrane z: <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/speeches/2018/tony-hall-prominence> (18.08.2018).

przeprowadzonych w ramach Eurobarometru. Wiarygodne i niezależne media publiczne są dobrym środkiem walki z fake-newsami. Europejska Unia Nadawców prowadzi wiele inicjatyw mających na celu poprawę jakości dziennikarstwa w Europie. Istnieje również projekt wspierający edukację odbiorców w zakresie poruszania się w cyfrowym świecie mediów. Wouter Gekiere podkreślił, że Komisja Europejska prowadzi ciągłe prace nad dostosowywaniem prawa unijnego do obecnego świata mediów cyfrowych.

Komentując prelekcję Woutera Gekiere, dr hab. Weronika Świerczyńska-Głównia powiedziała: „Jako przedstawiciel świata nauki bardzo się cieszę, że EBU reprezentuje podejście holistyczne do zagadnienia fake-newsów. Może się ono wydawać dość idealistyczne, ale całościowe podejście do tej kwestii powoduje, że mamy szansę na rozwiązanie tych problemów”. Prowadząca seminarium podkreśliła, że przedstawione prezentacje tworzą spójny obraz pokazujący, że media stoją w obliczu wielu zmian, przede wszystkim prawnych. Z jednej strony przedstawiciele mediów dążą do wyeliminowania fake-newsów także na drodze prawnej, ale z drugiej istnieje powszechne prawo do publikowania treści i ochrony źródeł, co powoduje, że jedna regulacja prawna nie rozwiąże wszystkich problemów. Zwróciła także uwagę, że postęp technologiczny jeszcze kilka lat temu znacząco usprawniał pracę mediów, ale obecnie powoduje, że dziennikarze powinni kłaść dużo większy nacisk na kwestie etyczne i warsztatowe, ponieważ to one stają się podstawowym narzędziem w walce z fake-newsami.

Druga część seminarium była poświęcona polskim praktykom i doświadczeniom w walce z fałszywymi informacjami. Jako pierwszy głos zabrał prof. Janusz Kawecki (KRRiT)¹². Na wstępie podkreślił, że fake-newsy nie są całkowicie nowym zjawiskiem i w pewnym stopniu odpowiadają za nie wszystkie osoby zaangażowane w pracę mediów. Dodał, że należy zdecydowanie walczyć z dezinformacją, kłamstwem i manipulacją.

Profesor Kawecki zwrócił uwagę, że fake-newsy to nie są błędne informacje, ale umyślna dezinformacja, która jest rozpowszechniana głównie za pośrednictwem sieci społecznościowych oraz mediów informacyjnych i prasy drukowanej. Przedstawił również – za Maciejem Iłowieckim – kilka zasad, które jego zdaniem pozwalają na walkę z fake-newsami. Zgodnie

¹² Prof. Janusz Kawecki – od 12 września 2016 roku członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Profesor nauk technicznych, absolwent Wydziału Budownictwa Lądowego Politechniki Krakowskiej. Autor audycji w TV Trwam, Radiu Maryja, publicysta „Naszego Dziennika” i tygodnika „wSieci”.

z tymi zasadami informacje powinny być prawdziwe i wyczerpujące, bezstronne i wiarygodne.

Przedstawiciel Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji przywołał także tegoroczne orędzie papieża Franciszka przeznaczone na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu, które było poświęcone fake-newsom. Głowa Kościoła katolickiego podkreśliła w nim, że „nikt nie może zwolnić się z odpowiedzialności za przeciwdziałanie takim fałszerstwom”¹³.

Profesor Janusz Kawecki zwrócił także uwagę na fakt, że obecne przepisy prawa, obowiązujące wszystkich uczestników rynku medialnego w Polsce, a także regulatora rynku w postaci Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji, nie są wystarczająco dostosowane do przeciwdziałania zjawisku fake-newsów. Przedstawił również szczegółowo, jak wygląda wieloetapowa procedura kontroli działania nadawcy, jeśli KRRiT zauważy nieprawidłowości lub wpłynie do niej skarga ze strony odbiorcy mediów.

Komentując wystąpienie prof. Janusza Kaweckiego, dr hab. Weronika Świerczyńska-Głownia zwróciła uwagę, jak bardzo istotnym elementem zapobiegania rozprzestrzenianiu się fake-newsów jest odpowiednie kształcenie przyszłych dziennikarzy i pracowników mediów.

Drugim prelegentem w panelu poświęconym polskim działaniom i doświadczeniom był Grzegorz Zajączkowski (TVP)¹⁴, który przedstawił prezentację pod tytułem: „Na straży przestrzeni informacyjnej Polski – jak skutecznie monitorować i reagować na fake-newsy”. Podobnie jak pozostali uczestnicy seminarium, wskazał na historyczne korzenie fake-newsów, które jego zdaniem sięgają już XVI-wiecznych rzymskich paszkwili. Nawiązał również do zaprezentowanej wcześniej przez Woutera Gekiere (EBU)

¹³ *Papież: fake newsy budzą lęk, pogardę, gniew, frustrację i tworzą wrogów.* Pobrane z: <https://wiadomosci.onet.pl/swiat/papiez-fake-newsy-budza-lek-pogarde-gniew-frustracje-i-tworza-wrogow/5z3qnv3> (18.08.2018).

¹⁴ Grzegorz Zajączkowski – inżynier, programista, animator społeczny oraz koordynator projektów z obszaru rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Od 1998 roku zajmuje się zastosowaniem technologii informatycznych w obszarze edukacji, popularyzacji dziedzictwa kulturowego oraz rozwoju społeczeństwa obywatelskiego. W 2001 roku był współautorem strategii „ePolska 2011”. Od 2008 roku współpracuje z wieloma instytucjami rządowymi jako doradca i koordynator projektów (MEN, MSZ i inne). Główny inżynier projektu szkoły wirtualnej dla uczniów migrujących „Otwarta Szkoła”. Data manager programu OECD „PISA Study” w latach 2014–2017. W latach 2016–2018 był doradcą gabinetu politycznego minister cyfryzacji Anny Streżyńskiej. We wrześniu 2017 roku mianowany „Liderem Cyfryzacji” Komisji Europejskiej (Digital Champion of EC for Poland). Od 2018 roku jest doradcą TVP w obszarze systemów cyfrowych oraz mediów społecznościowych.

typologii fake-newsów i podkreślił, że walka z tym zjawiskiem ma bardzo delikatną naturę, ponieważ może być przez niektórych uznana za cenzurę.

W swojej prezentacji Grzegorz Zająchkowski skupił się na technologicznej stronie dezinformacji oraz walki z nią. Uczestnicy seminarium poznali najważniejsze informacje dotyczące technicznych aspektów obecności Telewizji Polskiej S.A. w przestrzeni cyfrowej. Przedstawiciel nadawcy publicznego podkreślił, że TVP S.A. zarządza m.in. ponad dwoma tysiącami portali internetowych i sprawuje nadzór redakcyjny nad około 2,5 tys. strumieni informacyjnych. Zwrócił też uwagę na dużą aktywność kanału informacyjnego nadawcy publicznego w internecie. Każdej doby w globalnej sieci publikowanych jest ponad tysiąc materiałów powiązanych w różny sposób z marką TVP Info. Dodał, że tak naprawdę jest to medium, które generuje pięć strumieni informacyjnych obejmujących klasyczny kanał telewizyjny, portal internetowy oraz profile w mediach społecznościowych. Grzegorz Zająchkowski podkreślił także, że obecnie dość istotnym źródłem informacji jest agregator treści Google News funkcjonujący w oparciu o algorytmy. Jednakże jego zasada działania nie jest do końca znana.

Jego zdaniem skuteczna walka z fake-newsami w przypadku medium informacyjnego jest możliwa tylko wtedy, gdy ma ona naturę całościową. W kontroli fake-newsów musi brać udział cała redakcja, a monitoring musi obejmować wszystkie kanały komunikacji w przestrzeni internetowej. Takie podejście jest konieczne ze względu na konwersję zachodzącą pomiędzy poszczególnymi kanałami, którymi rozchodzą się informacje publikowane przez dane medium informacyjne. Grzegorz Zająchkowski podkreślił w swoim wystąpieniu, że: „Budowa strategii ochrony przestrzeni informacyjnej wymaga holistycznego zrozumienia mechanizmów działania algorytmów: pozycjonowania, komercyjnej promocji treści w sieci oraz metod wyszukiwania informacji”.

Prelegent ten przedstawił także kilka środków, dzięki którym duże media, do których należy TVP Info, mogą prowadzić skuteczną walkę z fake-newsami. Wśród nich są działania polegające między innymi na współpracy z innymi podmiotami funkcjonującymi w internecie, takimi jak media społecznościowe i dostawcy treści (grupa EBU FANG), oraz mechanizmy ochrony praw autorskich. Zająchkowski opisał także działania związane z repozycjonowaniem informacji w mediach elektronicznych i podkreślił, że konieczne są również dalsze prace nad dostosowywaniem regulacji prawnych do zjawiska fake-newsów.

Przedstawiciel TVP S.A. poinformował, że Telewizja Polska S.A. od kilku miesięcy pracuje nad rozwojem zaawansowanego narzędzia

pozwalającego na walkę z fake-newsami i ochronę przestrzeni informacyjnej portalu internetowego w oparciu o big data. „Takie systemy to już dla dużych mediów nie »gadżet«, ale konieczność rozwoju w świecie cyfrowym” – dodał Zajączkowski. Przedstawiciel Telewizji Polskiej S.A., kończąc swoje wystąpienie, zwrócił uwagę na najnowsze zagrożenie, przed którym obecnie stoją media. Przedstawił obrazowo, na czym polega zjawisko deep-fake, czyli manipulowania m.in. materiałami graficznymi, wideo czy dźwiękowymi przy pomocy algorytmów.

Podsumowując prelekcję Grzegorza Zajączkowskiego, prowadząca seminarium dr hab. Weronika Świerczyńska-Głównia zaznaczyła, że niskie kompetencje cyfrowe współczesnych społeczeństw w połączeniu z omówionymi zagrożeniami tworzą dość niepokojący obraz. „Jesteśmy tak naprawdę bezbronni wobec algorytmów, które generują fake-newsy i które skazują nas na to, że w świecie informacji stajemy na przegranej pozycji jako odbiorcy” – dodała. W odpowiedzi Zajączkowski podkreślił, że obecnie w Polsce społeczeństwo ma bardzo duże problemy z krytycznym podejściem do przyjmowanej informacji. Nie posiadamy nawyku sprawdzania, czy dana treść pochodzi z wiarygodnego źródła.

Trzecia część seminarium była sesją naukową z udziałem ks. dr hab. Michała Drożdża¹⁵, profesora Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, dyrektora Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej tejże uczelni.

Doktor habilitowana Weronika Świerczyńska-Głównia poprosiła ks. Michała Drożdża o wypowiedź na temat „Fake-newsy a etyka”. Na wstępie podkreślił on, że rozmowa o fake-newsach sprowadza nas do fundamentalnych pojęć etycznych. „Jeśli wykluczamy z pojęcia fake-newsa ludzki błąd, który się może zdarzyć, to rzeczywiście nieprawda, która kryje się za pojęciem fake-newsów, może być tylko fałszem” – powiedział ks. dr hab. Michał Drożdż. Dodał, że obecność fałszu oznacza jednocześnie złą wolę człowieka. Za obecność dezinformacji nie możemy obwiniać algorytmów czy technologii. Podobnie jak pozostali prelegenci, ks. dr hab. Drożdż przywołał także historyczne korzenie fake-newsów

¹⁵ Ks. dr hab. Michał Drożdż, prof. UPJPII – profesor nadzwyczajny, doktor habilitowany nauk humanistycznych w zakresie nauk o mediach. Dyrektor Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie, kierownik Katedry Mediów i Komunikacji Społecznej oraz dyrektor Akademickiego Centrum Medialnego. Redaktor naczelny czasopisma „Studia Socialia Cracoviensia”, autor ponad stu artykułów oraz kilkunastu książek z obszaru filozofii mediów, teorii mediów, etyki mediów i filozofii nauki.

i przypomniał, że w 2016 roku słowem roku według Oxford Dictionary była postprawda, a w 2017 według słownika Collinsa słowem roku był właśnie fake-news.

Podkreślił, że nasza chęć do walki z dezinformacją oznacza, że prawda istnieje. Jeśli podważymy pojęcie prawdy, to podważymy jednocześnie fundament cywilizacji ludzkiej, sens naszych działań, słów, wszystkiego, co tworzy wspólnotę, relacje zarówno w wymiarze bezpośrednim, indywidualnym, interpersonalnym, jak i społecznym. Ponadto ks. dr hab. Michał Drożdż zwrócił uwagę, że dzisiaj bardzo trudno odbudować zaufanie odbiorców, jeśli opublikowaliśmy jakąś nieprawdziwą informację. Oczywiście możemy wycofać ją technicznie, ale pozostaje ona w umysłach ludzi, jeśli mieli szansę się z nią zapoznać, i powoduje określone skutki.

Ksiądz doktor habilitowany Michał Drożdż zaznaczył, że prawda jest fundamentalnym prawem człowieka, chronionym przez szereg dokumentów. „Wszelkiego rodzaju naruszenie prawdy poprzez nieprawdę w postaci błędów czy fałszu jest naruszeniem prawa człowieka” – dodał. Zawód dziennikarza jest zawodem misyjnym. „Upowszechnianie fake-newsów jest dowodem na to, że dziennikarze tracą monopol na przekaz informacji w przestrzeni publicznej” – wskazał prelegent.

Dyrektor Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie podkreślił, że edukacja dziennikarzy powinna obecnie kształcić w nich kompetencje etyczne. Dziennikarz musi wiedzieć, co może przekazać i do kogo. Przywołał także wypowiedź św. Jana Pawła II, który w jednym zdaniu streścił całość etyki dziennikarskiej: „Prawda i sprawiedliwość, wolność i odpowiedzialność są fundamentem etyki, której celem jest ochrona wartości i godności człowieka”.

Ksiądz doktor habilitowany Michał Drożdż wyraził obawę, że trudno będzie stworzyć skuteczne narzędzia prawne do ochrony przed fake-newsami i dezinformacją. Jego zdaniem ta trudność jest spowodowana ogromem informacji publikowanych każdego dnia na całym świecie. „Wprowadzenie procedur prawnych, które mogłyby ochronić odbiorcę, będzie praktycznie niemożliwe, a poza tym pojawi się także cała sfera interpretacji stopnia szkodliwości fake-newsa w wymiarze społecznym, czy aby to rzeczywiście jest fake-news, a nie rodzaj ironii, zabawy, gry medialnej” – dodał. Podkreślił, że najważniejszym narzędziem obrony przed dezinformacją jest etyka. Jeśli dziennikarz nie będzie czuł odpowiedzialności za słowo lub będzie chciał realizować określone cele w społeczeństwie, to znajdziemy się w świecie postprawdy oddziałującym na ludzkie emocje.



Ponadto ks. dr hab. Michał Drożdż zaznaczył, że nie powinniśmy przypisywać kategorii fake-newsów do subiektywnych opinii publikowanych na przykład w mediach społecznościowych. Pojęcie to może być stosowane tylko do informacji. Natomiast kategorią odpowiednią dla subiektywnych opinii jest uczciwość. Podkreślił, że zgodnie z dokumentem Rady Europejskiej nasze opinie są uczciwe wtedy, gdy nie zniekształcają prawdy i rzeczywistości.

Na zakończenie dr hab. Weronika Świerczyńska-Głównia stwierdziła, że wypowiedź ks. dr. hab. Michała Drożdża była doskonałym podsumowaniem seminarium. „Wszystko sprowadziło się do jednego punktu – człowieka. To pokazuje, że jeżeli myślimy o człowieku i mówimy o prawdzie, to mamy szansę walczyć z fake-newsami” – dodała.

VARIA



► **Aleksandra Kowalska** – studentka dziennikarstwa i medioznawstwa na Wydziale Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego. Członkini Laboratorium Badań Medioznawczych działającego przy Uniwersytecie. Zawodowo związana ze środowiskiem kultury wyższej, dlatego jej zainteresowania naukowe obejmują m.in. sferę kultury – jej ekspozycję w mediach i sposób oddziaływania na odbiorców.

Wizerunek Rafała Blechacza w polskiej prasie – pianista i muzyka poważna w mediach

Aleksandra Kowalska

am.kowalska19@student.uw.edu.pl

UNIWERSYTET WARSZAWSKI

ABSTRAKT:

Celem niniejszego artykułu jest zaprezentowanie i analiza wizerunku pianisty Rafała Blechacza, kreowanego przez polskie dzienniki, „Gazetę Wyborczą” oraz „Rzeczpospolitą”, w okresie od października 2005 roku do końca 2017 roku. Artykuł składa się z części poświęconej teorii wizerunku i roli mediów w jego kształtowaniu oraz części prezentującej wyniki badania przeprowadzonego przeze mnie, mającego na celu ukazanie wizerunku Rafała Blechacza kreowanego przez wyżej wspomniane dzienniki. Artykuł jest skrótem mojej pracy licencjackiej, obronionej w czerwcu 2018 roku.

SŁOWA KLUCZOWE: RAFAŁ BLECHACZ, MUZYKA POWAŻNA, PRASA CODZIENNA, WIZERUNEK, PIANISTA

ABSTRACT:

The purpose of this article is to present and analyse the image of the pianist Rafał Blechacz, created by Polish newspapers, “Gazeta Wyborcza” and “Rzeczpospolita” in the period from October 2005 to December 2017. The first part of the article consists of theory of image and a role of media in its creation, the second one presents results of a study, which one’s objective was to show the image of Rafał Blechacz created by aforementioned daily newspapers. This scientific article is a summary of my bachelor’s thesis defended in June 2018.

KEY WORDS: RAFAŁ BLECHACZ, CLASSICAL MUSIC, DAILY NEWSPAPERS, IMAGE, PIANIST

”

Kowalska, A. (2018),
Wizerunek Rafała Blechacza
w polskiej prasie – pianista
i muzyka poważna w mediach,
Com.press, 4 (1), s. 78-99.
www.compress.edu.pl

WSTĘP

Tematyka muzyki poważnej i jej przedstawicieli jest nieczęsto poruszanym zagadnieniem w polskich mediach, mimo że ten gatunek muzyczny ciągle się rozwija, a jego wybitni polscy reprezentanci zdobywają uznanie na estradach całego świata. By ponownie rzucić trochę światła na postać wielkiego pianisty, kojarzonego przede wszystkim jako zwycięzcę XV Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. Fryderyka Chopina z 2005 roku, przestudiowałam – na zasadzie analizy przypadku – wizerunek Rafała Blehacza kreowany w dwóch najważniejszych polskich dziennikach opiniotwórczych – „Rzeczpospolitej” i „Gazecie Wyborczej” w latach 2005–2017.

POJĘCIE WIZERUNKU I ZNACZENIE MEDIÓW W JEGO KSZTAŁTOWANIU

Pojęcie wizerunku, jako wielowymiarowe i niejednoznaczne, nie ma jednej definicji. Warto zacząć od etymologii słowa „wizerunek”. Wyraz ten pochodzi z łaciny od czasownika *videre*, czyli widzieć (Brückner, 1927, s. 625), i pierwotnie oznaczał wzór, pierwowzór, wyobrażenie, urojenie lub marzenie senne. Do polszczyzny wszedł jednak jako zapożyczenie z języka niemieckiego od słowa *Visierung*. Autorzy artykułu pt. *Rola mediów w kreowaniu wizerunku* określili go jako zespół informacji o danej osobie lub firmie (albo innym podmiocie) i jednocześnie wyobrażenie tego, co ludzie o tym podmiocie sądzą lub myślą, że sądzą (Czopek i in., 2016, s. 81).

Tomasz Gackowski oraz Marcin Łączyński w podręczniku pt. *Analiza wizerunku w mediach* podkreślają złożoność tego pojęcia i zwracają uwagę na dwa jego ujęcia. Pierwszym z nich jest potoczne rozumienie wizerunku, czyli po prostu graficzne przedstawienie osoby lub przedmiotu. Drugie ujęcie dotyczy natomiast bytu niematerialnego, jakim jest reprezentacja osób lub przedmiotów w umysłach postrzegających je osób, z wszystkimi elementami składowymi (Gackowski, Łączyński, 2008, s. 82).

Michał Grech w książce pt. *Badanie wizerunku: ludzie, marki, branże* zwraca uwagę na wielość różnych definicji tego pojęcia i podkreśla, że niemal we wszystkich pojawia się element postrzegania podmiotu przez odbiorcę. Autor ten nazywa wizerunek konstruktem, który wynika z procesu komunikacji i co za tym idzie – podlega ciągłym zmianom (Grech, 2012, s. 12). Tę nieostrość pojęcia wizerunku, jego zmienność, podkreśla również

Krystyna Wojcik, która twierdzi, że wizerunek (obraz/image w otoczeniu) ma raczej charakter wyobrażenia, jakie otoczenie ma o danym podmiocie, a na wyobrażenie to składa się wiele (czasem chaotycznych) szczegółów – opinii, doświadczeń, oczekiwań otoczenia w związku z danym podmiotem (Wojcik, 2001, s. 30–31).

Sposoby tworzenia wizerunku i efekty, jakie mają w domyśle zostać osiągnięte, pozwalają wyodrębnić kilka jego rodzajów (Czaplińska, 2015, s. 14–17). Wśród nich wyróżniamy m.in.: wizerunek widzialny (opinia wystawiona przez ludzi, niekoniecznie poparta własnymi doświadczeniami); wizerunek pożądaný (opierający się na pierwszym wrażeniu, które musi być jak najbardziej zbliżone do prawdy); wizerunek zewnętrzny (postrzeganie podmiotu przez otoczenie) czy wizerunek wewnętrzny (sposób, w jaki podmiot postrzega sam siebie).

Na szczególną uwagę zasługuje jednak definicja wizerunku medialnego, który jest tematem mojego badania. W książce pt. *Retoryka wizerunku medialnego* wizerunek ten został określony mianem zespołu konstrukcji i obrazów determinujących odbiór i postrzeganie danego podmiotu lub sprawy w umysłach konsumentów przekazów medialnych (Molek-Kozakowska, 2016, s. 6).

Nie ulega wątpliwości, że media nie od dziś wpływają na kształtowanie wizerunku. Współcześnie dany podmiot istnieje w umysłach ludzi głównie dzięki temu, że jest utrwalony w przekazie medialnym (Budzyńska-Daca, 2016, s. 276). Wiesław Gałązka stwierdza nawet, że można stać się popularnym jedynie dzięki pomocy mediów, jednak ich przedstawiciele w większości pomijają osoby wartościowe, mogące dzięki ich wsparciu odegrać dużą rolę w życiu publicznym (Gałązka, 2008, s. 78). Tym samym media, rozpowszechniając wizerunek wybranych przez siebie jednostek, tworzą lepsze lub gorsze autorytety dla odbiorców. Warto tutaj nadmienić, że słowo „autorytet” również pochodzi z łaciny (*auctoritas*, czyli „władza, powaga, znaczenie, przewodzenie oraz odpowiedzialność”), nadając wizerunkowi jeszcze bardziej rzeczowy ton (Gałązka, 2008, s. 77). W przeświadczeniu odbiorców, skoro media o kimś piszą, musi on być kimś wyjątkowym, i odwrotnie – im rzadziej ktoś jest przez nie wspominany, tym gorzej dla jego popularności. Warto zauważyć, że media kreują autorytety, ponieważ są one im potrzebne i spełniają ważne funkcje – dzięki nim media stają się bardziej wiarygodne oraz w łatwiejszy sposób mogą przekonywać odbiorców do określonych racji. Dzieje się tak m.in. podczas rozmowy z ekspertami z określonej dziedziny – ich dobór stanowi nieraz zagranie taktyczne (Sobczak, 2016, s. 231). Autorytety nie tylko oddziałują na sposób myślenia

jednostek, ale też wpływają na ich wybory oraz działania (Cialdini, 2017, s. 225–249), dlatego niezmiernie ważny w tej kwestii jest czynnik etyczny, który niekiedy zanika. Kreowanie właściwego dla mediów autorytetu nie jest procesem szybkim i łatwym. Jak zauważa Małgorzata Molęda-Zdziech w książce pt. *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, „posiadanie twarzy” w dzisiejszych czasach rozumie się przede wszystkim przez dbanie o to, by była rozpoznawana przez innych ludzi, pokazywana w telewizji, a nie przez podejmowanie takich działań, które pozwolą zachować dobry wizerunek. Osoba stawiana w roli eksperta nie musi koniecznie być rzeczywistym specjalistą w określonej dziedzinie – wystarczy, by widz miał takie przeświadczenie. Dzieje się tak najczęściej w przypadku celebrytów (Molęda-Zdziech, 2013, s. 196–310). Liczy się przede wszystkim ich tzw. telegeniczność, czyli atrakcyjny wygląd, dobre ubranie, umiejętność występowania przed kamerą, gesty, mimika, wzbudzająca sympatię osobowość. Następnie taką osobę regularnie sytuje się w wybranym kontekście (np. jurora czy komentatora) i ukazuje się jej pozytywne działania. Najważniejszym zadaniem mediów w tym momencie staje się zbudowanie oraz podtrzymywanie jego wiarygodności (Sobczak, 2016, s. 232–237).

SPÓŁECZNE POSTRZEGANIE ARTYSTÓW

Warto zastanowić się także nad tym, w jaki sposób postrzega się postacie artystów. Kształtowanie kultury jest procesem ciągłym, a jednym z istotnych mechanizmów postrzegania podmiotów kultury, czyli artystów, pozostaje mechanizm stereotypizacji. Stereotyp, wedle klasycznej definicji E. Aronsona, T. Wilsona i R. Akerta, polega na generalizacji opisu pewnej grupy, której charakterystyczne cechy zostają bez wyjątku przypisane wszystkim jej członkom (Aronson, Wilson, Akert, 2012, s. 371–376). Paweł i Aleksandra Sarnowie w swoim artykule pt. *(Nie)stereotypowy obraz artysty* zwracają uwagę, że znikomy kontakt odbiorców z artystą sprzyja powstawaniu stereotypów (Sarna, Sarna, 2015, s. 18).

Elementami zawsze idącymi w parze z artystami i sztuką są emocje, twórczość oraz motywacja. Przeżywanie przez odbiorcę jakichś emocji kształtowanych przez artystów za pomocą przekazów jest procesem trudnym do zdefiniowania. W omawianym artykule przytoczona została teoria stworzona przez holenderskiego psychologa Nico Frijde w 1986 roku (Sarna, Sarna, 2015, s. 19–20), definiująca emocje na trzy sposoby. Pierwsza definicja nazywa emocje „wynikiem świadomej lub nieświadomej oceny

zdarzenia jako istotnie wpływającego na cele lub interesy przedmiotu”. Drugie ujęcie stanowi, że emocja zapoczątkowuje stan gotowości odbiorcy do wykonania pewnego zadania – nadaje mu priorytetowy status i tym samym utrudnia wykonanie pozostałych zadań behawioralnych bądź poznawczych. Trzecia definicja nazywa odczuwanie i przeżywanie emocji stanem psychicznym, któremu towarzyszą pewne określone zachowania, jak ekspresje mimiczne czy reakcje behawioralne.

Kolejnym elementem, bez którego nie istnieje obraz artysty, jest jego twórczość, której definicja również nie jest łatwa do ustalenia. Jedną z nich, autorstwa R.L. Mooneya z początku lat 60. XX w., mówi, że produkt twórczy winien charakteryzować się nowością oraz wartością (płaszczyzna estetyczna – dążenie do piękna), co kłóci się jednak z dziełami, których celem było zaprzeczenie pięknu (Sarna, Sarna, 2015, s. 19–20). Współcześnie nie istnieje metodologia dokładnie opisująca kryteria, przy pomocy których możliwe byłoby zakwalifikowanie dzieła jako wartościowego. Dla wielu badaczy dziełem jest wszystko, co jest tworem rąk lub umysłów ludzkich, inni dopatrują się w tych produktach specjalnej wartości, która jawi się jako abstrakcyjna.

Trzecim nieodłącznym pojęciem pojawiającym się w dyskusji na temat wizerunku artysty jest jego motywacja do pracy. Wiesław Łukaszewski wytłumaczył to zjawisko jako zespół mechanizmów uruchamiających, ukierunkowujących, podtrzymujących i kończących proces twórczy (Sarna, Sarna, 2015, s. 22). Należy jednak pamiętać, że odczucie potrzeby tworzenia nie musi oznaczać, że taki proces się rozpocznie. Badacze psychologii motywacji zajmującej się tym zagadnieniem nie uzyskali jeszcze odpowiedzi na pytanie, dlaczego podjęty proces twórczy często zostaje porzucony lub w ogóle się nie rozpoczyna, mimo poczucia silnej potrzeby jego zrealizowania.

METODOLOGIA BADANIA

Bohater prezentowanego niżej badania – Rafał Blechacz – urodził się 30.06.1985 r. w Nakle nad Notecią i już w wieku 5 lat rozpoczął naukę gry na fortepianie, do czego zainspirowała go muzyka kościelna, którą próbował odtwarzać na domowym pianinie ze słuchu (Torańska, 2005). Dziś koncertuje w największych salach świata – m.in. w Amsterdamie, Wiedniu, Monachium, Paryżu, Londynie, Zurychu, Rzymie, Madrycie, Osace, Hongkongu, Seulu czy Tajpej. Bierze udział w znanych międzynarodowych

festiwalach, m.in. w Salzburgu w Austrii, Verbier w Szwajcarii czy La Roque-d'Anthéron we Francji. Jest laureatem wielu wyróżnień i nagród. Wśród nich są m.in.: nagroda TVP Polonia „Za sławienie Polski i polskości” („Nagrody TV Polonia »Za sławienie Polski i polskości«”, 2006), Paszport „Polityki” oraz „Krzesło Roku 2005” tygodnika „The Warsaw Voice” (Dębowska, 2006), Fryderyki (Cieślak, 2006), ale szczególnie i najbardziej prestiżową nagrodą pozostaje przyznawany raz na 4 lata „pianistyczny Nobel”, czyli Gilmore Artist Award, który otrzymał w 2014 roku jako drugi już Polak („Rafał Blechacz otrzymał prestiżową Gilmore Artist Award – 300 tys. dol.”, 2014). W 2011 roku został odznaczony Srebrnym Medalem „Zasłużony Kulturze Gloria Artis” („Wręczenie medali Gloria Artis”, 2011), a cztery lata później – Krzyżem Kawalerskim Orderu Odrodzenia Polski („Order Odrodzenia Polski dla Rafała Blechacza”, 2015). Wygrana w Konkursie Chopinowskim stanowiła punkt zwrotny w życiu pianisty – jak sam stwierdził, nabrało ono takiego tempa, że nie miał czasu nacieszyć się zwycięstwem (Dębowska, 2006).

W celu przeprowadzenia badania wizerunku Rafała Blechacza w polskich dziennikach przeszukałam wszystkie wydania „Gazety Wyborczej” oraz „Rzeczpospolitej” z danego okresu (od października 2005 roku do końca 2017 roku), poszukując artykułów zawierających frazę kluczową „Blechacz”. Dane numery wydań odnalazłam w internetowych archiwach wspomnianych tytułów i wszystkie sprawdziłam w wersji papierowej w Bibliotece Uniwersytetu Warszawskiego. Po dogłębnej analizie tekstów wyodrębniłam 60 z nich, które zakwalifikowałam do badania – były to teksty traktujące w całości lub w znacznej części (min. 50 proc. objętości) o postaci Blechacza. Zagregowane materiały były analizowane metodą analizy zawartości, uzupełnianej analizą dyskursu. Ze względu na ograniczoną objętość artykułu przedstawiono zaledwie część wyników uzyskanych w badaniu.

Na wstępie należy zaznaczyć, że prezentuję wyniki łącznie, bez rozdzielania ich na publikacje z poszczególnych tytułów – byłoby to nieuzasadnione przy tak różnej liczebności artykułów z poszczególnych gazet. Ponadto po zakończeniu analizy wszystkich tekstów okazało się, że spojrzenie zarówno na postać Rafała Blechacza, jak i jego grę nie różni się znacząco w zależności od tytułu – publikacje są do siebie zbliżone nie tylko pod względem objętości, lecz przede wszystkim sposobu opisywania muzyki poważnej w wykonaniu Blechacza.

Klucz kodowy stworzony przeze mnie składał się z pięciu części. Pierwsza z nich miała funkcję porządkującą, tzn. zawierała pytania odnoszące się do:

- nazwy dziennika, w którym został opublikowany dany tekst,
- daty jego opublikowania,
- nazwiska jego autora,
- typu tekstu (kafeteria odpowiedzi: wywiad, artykuł, komentarz, inny – jaki?),
- objętości tekstu (mniej niż ćwierć strony, ćwierć strony–pół strony, pół strony–jedna strona, więcej niż jedna strona),
- wydźwięk tekstu (pozytywny, negatywny, neutralny/trudno stwierdzić).

Druga część klucza obejmowała kategorie związane ściśle z językiem kodowanego tekstu prasowego, który chciałam zbadać, zwracając uwagę na trzy elementy:

- tytuł tekstu,
- określenia postaci Rafała Blechacza,
- określenia odnoszące się do gry/występu Rafała Blechacza.

Należy tutaj zaznaczyć, że cechy Blechacza zaprezentowane w dalszej części artykułu są opisane na podstawie całości tekstów prasowych, a więc w większości narracji dziennikarskich (tekstu odredakcyjnego, a nie np. wypowiedzi ekspertów czy artystów), z uwagi na fakt, że publikacje charakteryzowała mała liczba cytatów.

Kolejna część dotyczyła wypowiedzi w badanych tekstach. Sprawdzałam, kto był cytowany w tekstach odnoszących się do polskiego pianisty. W tym celu zostało sformułowanych osiem odpowiedzi:

- nauczyciel(e) Rafała Blechacza,
- inny muzyk/inni muzycy,
- ekspert/eksperci,
- zwykły człowiek/zwykli ludzie,
- Rafał Blechacz,
- przedstawiciel(e) władz,
- rodzina i przyjaciele Rafała Blechacza,
- ktoś inny – kto?

W tej części klucza próbowałam także ustalić, jakie są przewidywania autorów tekstów i osób w nich cytowanych dotyczące kariery bądź występu muzyka (pozytywne, negatywne, neutralne, trudno stwierdzić).

Do badania zakwalifikowano 38 tekstów z „Rzeczpospolitej” oraz 22 z „Gazety Wyborczej”. Najwięcej z nich, bo aż 43 teksty, stanowiły

artykuły, oprócz tego pojawiły się wywiady, komentarze, a także krótsze informacje, felieton i fragment fotorelacji. Artykuły są tutaj rozumiane jako teksty newsowe, które relacjonowały koncerty Rafała Blechacza i jego osiągnięcia – mają więc one formułę informacyjną, nieco bardziej rozbudowaną niż notki (krótkie informacje). Z tego rozkładu można zatem wywnioskować, że dziennikarskie zainteresowanie Rafałem Blechaczem ma charakter ściśle kontekstowy – ma miejsce głównie w odniesieniu do wydarzeń z jego udziałem.

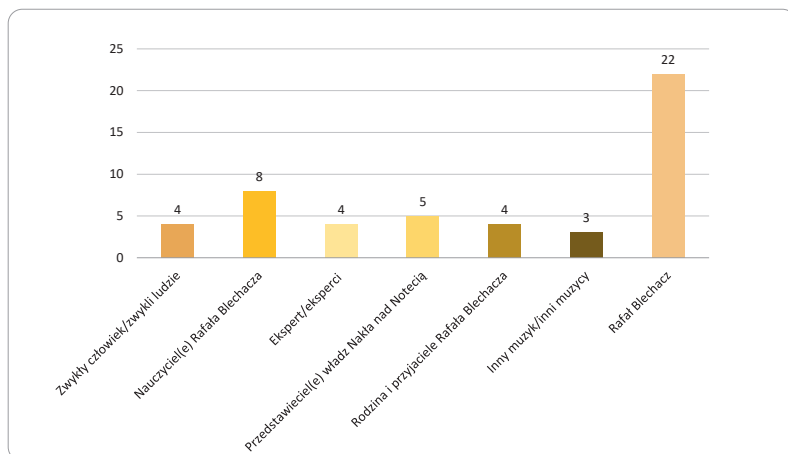
Najwięcej tekstów na jego temat pojawiło się na przełomie 2005 i 2006 roku, po jego zwycięstwie w XV Międzynarodowym Konkursie Pianistycznym im. Fryderyka Chopina w Warszawie. W kolejnych latach częstotliwość publikowania materiałów o pianiście stopniowo się zmniejszała, by zejść do zaledwie trzech tekstów napisanych w całym 2017 roku. Jest to być może związane z absencją Blechacza w kraju, teksty publikowane na łamach dzienników dotyczyły jego recitali z innych krajów lub wydanych przez niego płyt.

WYNIKI BADANIA

Autorem niemal połowy przeanalizowanych tekstów (29) jest dziennikarz i krytyk muzyczny Jacek Marczyński, piszący dla „Rzeczpospolitej”. „Gazetę Wyborczą” reprezentują natomiast w większości: dziennikarka działu kulturalnego Anna S. Dębowska (8 tekstów) oraz dziennikarz muzyczny i muzykolog Jacek Hawryluk (9 tekstów). W takiej sytuacji to jedna/dwie osoby w redakcji kształtują wizerunek danego muzyka na łamach tytułu przez wiele lat – nie jest brany pod uwagę punkt widzenia innych dziennikarzy czy ekspertów. Być może gdyby dla „Rzeczpospolitej” pisał ktoś inny niż Jacek Marczyński, wizerunek Rafała Blechacza konstruowany na łamach tego dziennika byłby zupełnie inny niż opisany w niniejszym badaniu.

Kolejną analizowaną kwestią były cytowania – sprawdzano, jakie osoby wypowiadały się w analizowanych artykułach. W toku badania odnotowano ich imiona i nazwiska oraz afiliacje, a następnie klastrowano w grupy zawodowe i społeczne. Warto zaznaczyć, że pojawienie się przynajmniej jednego cytatu danej osoby było traktowane jako jedna wypowiedź (zatem, nawet jeśli wyróżniony cytat pojawiał się kilka razy w całym artykule, traktowano to jako jedną wypowiedź jednej osoby).

Rysunek 1. Liczba wypowiedzi członków poszczególnych grup zawodowych i społecznych na temat Rafała Blechacza, odnotowanych w badanych artykułach.



Źródło: opracowanie własne

Jak widać na powyższym wykresie, najczęściej cytowaną osobą w analizowanych materiałach był sam Rafał Blechacz (w 22 z 60 tekstów znalazł się cytat z wypowiedzi Blechacza, natomiast 8 tekstów to wywiady z pianistą). Jego wypowiedzi dotyczyły w większości pracy zawodowej – opowiadał o swoich płytach, o doświadczeniach scenicznych, o swoich planach; bardzo rzadko poruszał tematy prywatne – jedynym, o którym wspominał, były jego studia w Instytucie Filozofii na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu.

Po jego zwycięstwie w 2005 roku opublikowano dwa teksty, w których cytowani byli wszyscy przedstawiciele następujących kategorii: zwykły człowiek/zwykli ludzie, przedstawiciele władz Nakła nad Notecią, nauczyciele Blechacza oraz jego przyjaciele i rodzina. Mowa o artykule Teresy Torąńskiej *Aleś, bracie, narodził się* opublikowanym w „Dużym Formacie”, dodatku do „Gazety Wyborczej”, oraz o tekście zatytułowanym *Blechacz wygrał dla Nakła* autorstwa Jacka Kowalskiego, opublikowanym w głównym wydaniu „Gazety Wyborczej”. Warto zauważyć, że w innych badanych tekstach nie odnalazłam wypowiedzi osób bliskich Blechaczowi – pojawiły się tylko na samym początku omawianego okresu. Co ciekawe, publikowane były jedynie w „Gazecie Wyborczej” – redakcja „Rzeczpospolitej” skupiła się na przedstawieniu przebiegu konkursu i na późniejszych występach pianisty, nie wnikając w jego sprawy prywatne i nie przybliżając jego postaci w takim stopniu, w jakim zrobili to autorzy wyżej wymienionych tekstów (czytelnik mógł zapoznać się dzięki nim nie tylko z historią rodzinną Blechacza czy etapami jego muzycznej edukacji, ale także m.in.

z reakcjami osób z jego rodzinnego miasta po jego zwycięstwie w Konkursie Chopinowskim).

Do kategorii „ekspert/eksperci” zakwalifikowałam cztery nazwiska – przewodniczącego jury Konkursu Chopinowskiego Andrzeja Jasińskiego, wicedyrektora Filharmonii Narodowej Wojciecha Nowaka, kierownika Radia Nakło Andrzeja Gawrońskiego oraz anonimowego impresaria.

Inni muzycy cytowani w badanych materiałach – pianiści Krystian Zimerman oraz Piotr Anderszewski – nie odnosili się bezpośrednio do postaci Rafała Blechacza, lecz do swoich doświadczeń z międzynarodowymi konkursami i ich efektami w kontekście zwycięstwa Blechacza w XV Konkursie Chopinowskim. Wyjątkiem był Jacek Kortus: w tekście zostały zacytowane jego podziękowania dla Blechacza, który oddał mu jeden ze swoich fortepianów.

Cytowane osoby w zdecydowanej większości wypowiadały się pochlebnie na temat Blechacza i jego kariery. Cytaty te stanowiły zatem potwierdzenie podejścia autorów materiałów do postaci pianisty i jego gry, które również pozostawały pozytywne, co zostanie przedstawione w kolejnych częściach tej pracy.

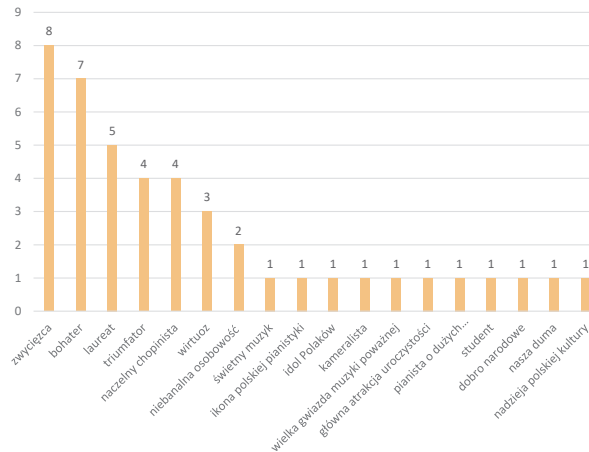
Autorzy tekstów prasowych wybranych do badania z dużą szczegółowością opisywali postać Rafała Blechacza. Sformułowań było tak wiele, że nie udało się stworzyć konkretnych kategorii je porządkujących, nie licząc najbardziej ogólnych różnic, tzn. wyrażen określających, kim jest, jaki jest oraz co (i jak) robi wspomniany wyżej pianista. Z tego powodu zdecydowałam o ujęciu szczegółowych określeń w większe kategorie – zbierałam w grupy przymiotniki i rzeczowniki określające dane cechy pianisty.

W ten sposób wyróżniono kilka określeń Blechacza, które występowały w tekstach kilkakrotnie – zarówno w narracji dziennikarskiej, jak i w cytatach. Słowem, które występowało najczęściej, jest „zwycięzca” – pojawiało się ono w odniesieniu do XV Międzynarodowego Konkursu Pianistycznego im. Fryderyka Chopina, w którym Blechacz bezapelacyjnie pokonał wszystkich rywali. Jeśli nie zwycięzcą, to określany był mianem bohatera – danego koncertu, płyty, a nawet całego narodu polskiego. Nazywany był też „laureatem”, „triumfATOREM”, „najlepszym polskim chopinistą” czy „wirtuozem”.

Określenia pojawiające się rzadziej, jednokrotnie, również nie pozostawiają wątpliwości, jak szanowanym i podziwianym muzykiem w Polsce jest Rafał Blechacz – określany był mianem m.in. „nadziei polskiej kultury”, „dobra narodowego”, „ikony polskiej pianistyki” czy „idola Polaków” (także tych, którzy nie interesują się muzyką klasyczną). Nie odnalazłam

w żadnym tekście negatywnie nacechowanych wyrażen określających postać Blechacza.

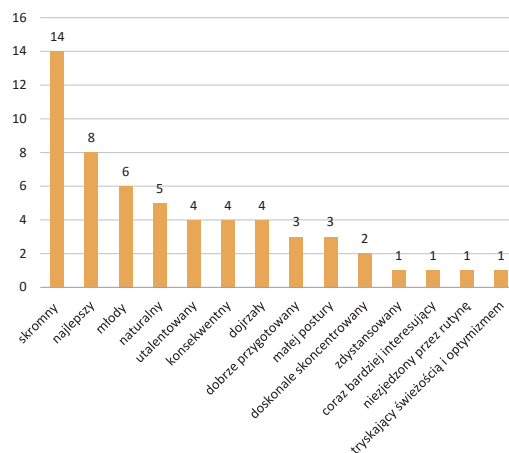
Rysunek 2. Liczba określeń rzeczownikowych dotyczących Rafała Blechacza pojawiających się w badanych tekstach.



Źródło: opracowanie własne

Ciekawie prezentuje się również zestawienie odpowiedzi na postawione przeze mnie pytanie – jaki, w oczach dziennikarzy, jest Rafał Blechacz? Szukając na nie odpowiedzi – podobnie jak w omówionym wyżej przypadku – można zauważyć, że liczba wyrażen przymiotnikowych opisujących pianistę była bardzo duża. Aby przedstawić je w klarowny sposób, stworzyłam kategorie widoczne na rysunku 3 i według nich porządkowałam określenia.

Rysunek 3. Cechy przypisywane Rafałowi Blechaczowi najczęściej pojawiające się w badanych tekstach.



Źródło: opracowanie własne

Mając na uwadze fakt, że Blehacz jest prezentowany na łamach prasy głównie jako zwycięzca, mogłoby się wydawać, że najczęściej pojawiającymi się przymiotnikami opisującymi Blehacza będą słowa „najlepszy”, „wybitny”, „utalentowany”. Tymczasem najczęściej był on utożsamiany z człowiekiem skromnym, nieśmiałym. Rzeczywiście, Blehacz uchodzi za artystę skrytego, który stroni od udzielania informacji o swoim życiu prywatnym. Wypowiada się głównie na tematy związane z jego pracą zawodową. Jak mówił w jednym z wywiadów opublikowanych na łamach „Rzeczpospolitej” w 2008 roku:

„(...) uchodzę za osobę, która udziela mało wywiadów. Nie wiem dlaczego, bo mam świadomość, że każdy potrzebuje dziś reklamy. Potrafię jednak chronić swoją prywatność. Gdy ktoś staje się zbyt natarczywy, staram się tak pokierować rozmową, by dotyczyła tego, co w moim życiu rzeczywiście ważne, przede wszystkim muzyki” (Marczyński, 2008).

W tej kategorii, zdefiniowanej przeze mnie jako skromność, oprócz niej zawierają się także takie określenia, jak: „spokojny”, „cichy” czy „pokorny”.

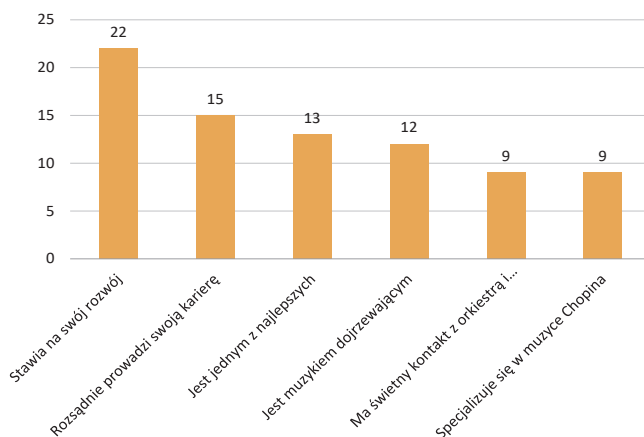
Oczywiście w następnej kolejności znalazło się określenie silnie wartościujące, przedstawiające Blehacza jako „najlepszego” – jest „najjaśniejszym punktem polskiej ekipy na konkursie”, „najdłużej oklaskiwanym”, „najbardziej oczekiwany”, „wybitnym”.

W wielu przypadkach podkreślany był jego młody wiek, a także – paradoksalnie – jego dojrzałość. Dojrzałość tę należy rozważać w sferze jego gry, a szczególnie interpretacji dzieł Fryderyka Chopina, które wykonywał nie tylko z niebywałą dokładnością oraz rzetelnością, ale i z rzadko spotykanym zrozumieniem dla samego twórcy i jego kompozycji. Dowodził tego m.in. Jacek Marczyński w jednym ze swoich artykułów, przywołując słowa pewnego niemieckiego krytyka: „jeśli chcecie zrozumieć Chopina, musicie posłuchać Rafała Blehacza” (Marczyński, 2007).

W tekstach publikowanych zaraz po jego zwycięstwie w konkursie, mających na celu przede wszystkim zaprezentowanie muzyka czytelnikom niezwiązanym ze środowiskiem muzyki klasycznej, pojawiały się informacje dotyczące jego rodziny oraz dzieciństwa. Można było w nich także przeczytać, że Blehacz był – i pozostał – niewielkiej postury („malutki”, „chudziutki”, „kurczaczek”, „nie sięgał do pedałów” itp.). Być może przez to, że nie jest postawnym, tylko dość niskim i wątłym mężczyzną, potęguje się przeświadczenie o jego cichości i skromności, przedstawione wyżej.

Kolejnym elementem analizy były krótkie charakterystyki Blechacza, które wynikały z opisywanych przez dziennikarzy cech i działań muzyka. Pokazują one opis i ocenę pianisty w nieco innym ujęciu niż określenia rzeczownikowe i przymiotnikowe, koncentrują się bowiem raczej na jego działalności, aktywności, osiągnięciach niż na cechach charakteru, dlatego zostały tu przedstawione odrębnie.

Rysunek 4. Liczba cech charakterystycznych Rafała Blechacza pojawiających się w badanych tekstach.



Źródło: opracowanie własne

Autorzy analizowanych artykułów wielokrotnie podkreślali, że pianista bardzo inwestuje w swój rozwój (np. intensywnie ćwiczy, poszerza repertuar, rozwija skrzydła, rozpoczyna kolejne studia, udowadnia, że zwycięstwo w Konkursie Chopinowskim nie było przypadkiem).

Z wyników przeprowadzonego badania widać także, że Blechacz jest postrzegany jako artysta prowadzący swoją międzynarodową karierę samodzielnie i bardzo rozsądnie („nikogo nie kopiuje”, „unika szumu medialnego”, „nie poddaje się presji”, „pewnie kroczy do przodu”, „działa ze spokojem”, „nie spieszy się”, „dobrze radzi sobie ze sławą, jaka na niego spadła”).

Ze względu na talent i otwartość Rafała Blechacza uwaga dziennikarzy często koncentrowała się na jego znakomitym kontakcie z muzykami i melomanami z całego świata; jedną z wyróżnionych przeze mnie cech pozostaje także jego wybitność, jednak pojawiały się też teksty jej zaprzeczające i wytykające mu błędy (m.in. jego początkową nieporadność w starciu z sonatami klasyków wiedeńskich czy bycie wręcz zbyt staroświeckim w pojmowaniu muzyki w porównaniu z innymi pianistami).

Warto zaznaczyć, że w ciągu 12 lat od sięgnięcia po złoty medal Konkursu Chopinowskiego Blechacz – według dziennikarzy „Gazety Wyborczej” i „Rzeczpospolitej” (w zależności od wydanej płyty czy recenzji po recitalu) – czasem „dojrzewa”, a czasem już jest „artystą dojrzałym”. Podkreśla się jego mocne, zdecydowane uderzenie, zmiany repertuarowe, obycie estradowe, a jednak – być może przez to, że sam artysta potrafi pozytywnie zaskoczyć inną interpretacją czy spojrzeniem na problem – w niektórych tekstach kreowany jest na muzyka jeszcze nie w pełni ukształtowanego, jednak podążającego w tym właśnie kierunku. Być może zbyt młody (wówczas)¹ wiek nakłania czasem nie idzie w parze ze stwierdzeniem, że jest on już „rasowym pianistą”.

Sam Rafał Blechacz nie jest w pełni zadowolony z faktu, że przyłgnęła do niego łaska specjalisty od Chopina. Być może dlatego, że wygrał Konkurs Chopinowski, istnieje przeświadczenie, że Blechacz doskonale potrafi interpretować jego dzieła. Pianista wielokrotnie powtarzał, że ten kompozytor jest mu bliski. Mogłoby się zatem wydawać, że Blechacz będzie najczęściej porównywany właśnie do Fryderyka Chopina. Tymczasem jest inaczej – zestawienie porównań Rafała Blechacza do innych znanych postaci obrazuje tabela 1.

Tabela 1. Liczba porównań osoby Rafała Blechacza do znanych postaci.

Postać, do której porównywano R. Blechacza	Liczba wystąpień porównania
Krystian Zimerman	4
Fryderyk Chopin	3
Adam Małysz	2
Wolfgang Amadeusz Mozart	1

Źródło: opracowanie własne

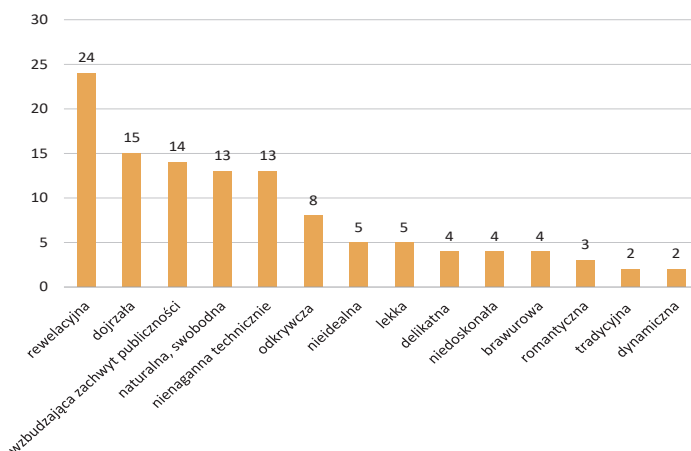
Na skutek bezapelacyjnego zwycięstwa w Konkursie Chopinowskim Blechacza postrzega się jako drugiego Krystiana Zimmermana, mimo że skala konkursowych zwycięstw tych dwóch wybitnych muzyków jest zupełnie inna, tak samo jak czasy, w jakich zwyciężali. Co ciekawe, oprócz muzyków (także Wolfganga Amadeusza Mozarta) w zestawieniu tym pojawił się także pierwszy polski mistrz w skokach narciarskich. Jak pisało w Rzeczpospolitej w 2006 roku: „Dziś nie trzeba go nikomu przedstawiać, bo popularnością dorównuje Adamowi Małyszowi” (Marczyński, 2006). Generalnie warto też zwrócić uwagę na relatywnie niewielką liczbę

¹ Trzeba pamiętać, że w 2018 roku (gdy pisałam niniejszy artykuł) Rafał Blechacz ma 33 lata, jest więc już z pewnością dojrzałym artystą.

porównań bohatera analizy do znanych postaci (historycznych i współczesnych) – w 60 artykułach odnaleziono zaledwie dziesięć porównań do łącznie czterech postaci. Może to prowadzić do wniosku, że Rafał Blechacz jest bohaterem unikalnym, atrakcyjnym i komunikującym określone wartości samodzielnie – nie trzeba porównań, by pokazać jego znaczenie dla polskiej kultury i sztuki.

Na wizerunek każdego artysty silny wpływ ma sposób, w jaki odbiorcy rozumieją i postrzegają jego dzieła. Dlatego na potrzeby badania przeanalizowano artykuły prasowe również pod kątem sposobu opisu jego gry.

Rysunek 5. Liczba sformułowań określających grę Rafała Blechacza.



Źródło: opracowanie własne

Gra „tradycyjna” w tym przypadku odwołuje się do jego warsztatu. Jak pisał Jacek Marczyński w 2009 roku: „Gdybyśmy nie widzieli kto gra, moglibyśmy uznać, że słuchamy interpretacji któregoś z wielkich wirtuozów przeszłości” (Marczyński, 2009). Tak samo powtarzają się stwierdzenia, że Blechacz nadaje wykonywanym dziełom romantyczny szlif, co oznacza, że pianista skupia się na cechach charakterystycznych dla muzyki tego nurtu. Nie odgrywa po prostu zapisu nutowego, lecz pamięta o tym, że utwór posiada treść pozamuzyczną, którą trzeba pokazać, że ważna jest emocjonalność, uczuciowość i jednocześnie indywidualizm. Brawurowa gra Blechacza nie przejawia się w tym, że podczas koncertów chce popisać się przed publicznością – autorzy tekstów używali tego pojęcia w pozytywnym znaczeniu, tzn. gra była bardzo dobra, np. „doskonale panował nad formą, ale pozwolił sobie też na swobodę, na rozkołysane rubata i podyktowane emocją chwili i muzycznej ekspresji brawurowe tempa” (Dębowska, 2010).

Oczywiście gra Rafała Blechacza nie zawsze jest bezbłędna. Znalazły się też takie teksty, w których była ona nie tyle krytykowana, co jej wybitność była podawana w wątpliwość – gra nieidealna. Odzywały się głosy, że ta gra to jeszcze nie to, że pianista wciąż szuka swojego klucza (Hawryluk, 2013), że pomimo jego dużego talentu od Anderszewskiego czy Kissina dzieli go przepaść (Hawryluk, 2006), że niekiedy brakowało w jego interpretacjach tak istotnej indywidualności (Marczyński, 2006).

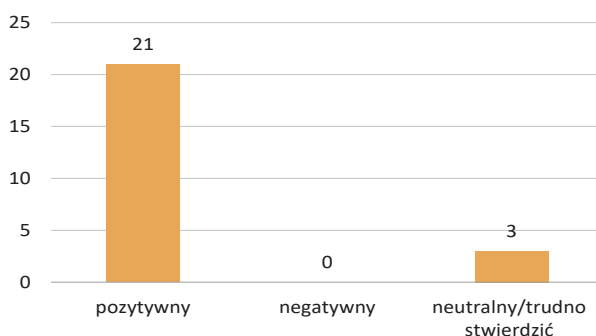
Zgodnie z opinią dziennikarzy nakłanin swoją grą pokazywał odbiorcom inne spojrzenie na utwór. Dzięki swojej dużej wiedzy wręcz odkrywał przed nimi jego nowe oblicze. Jego gra opisywana była jako świeża, pełna niuansów, nieschematyczna, nieszablonowa, ukazująca zupełnie nowe brzmienie tak dobrze znanych dzieł m.in. Chopina – mocno doceniany był fakt, że młody pianista ma odwagę odczytać go po swojemu i prezentować swoje wersje public na całym świecie.

Zwycięzca Konkursu Chopinowskiego gra także nienagannie technicznie, co jest podstawą dla każdego muzyka. Porządne odczytanie utworu umożliwia dopiero jego zrozumienie. Z perfekcyjnie opracowanych fragmentów utworów często tworzy swoje autorskie interpretacje, nazywane przez Jacka Marczyńskiego „poetyckimi” (Marczyński, 2006). Muzyka grana przez Blechacza zachwyca publiczność także przez jego estradowe zachowanie. To, że gra ze swobodą, lekko, młodzieńczo i bez udiwnień, sprawia, że publiczność słucha go z przyjemnością i bez obaw, że zaraz się pomyli.

Znakomita większość sformułowań odnoszących się do gry polskiego pianisty miała charakter silnie pozytywnie wartościujący. W badanych materiałach próżno szukać krytycznej recenzji po występie Polaka. Autorzy badanych tekstów zgodnie twierdzili, że gra Blechacza jest rewelacyjna – elektryzująca, wspaniała, płynna, przepiękna, niezwykła. Bardzo chwalili kaskady perlistych pasaży, poetyckie klimaty każdej części granych utworów, misternie przeplatane wątki klasyczne i romantyczne, zabawy formą i szacunek, jaki oddawał każdej nucie. Nawet kiedy wychwycono, że ironicznie igrał z formą dzieła, podkreślano, że zachowywał przy tym poczucie dobrego smaku oraz niezbędny do tego umiar.

Przewidywania autorów tekstów odnoszące się do kariery muzyka bądź jego występów wyodrębniłam w 24 tekstach.

Rysunek 6. Podział przeanalizowanych tekstów na temat Rafała Blechacza ze względu na przewidywania autorów dotyczące kariery/występów Blechacza.



Źródło: opracowanie własne

Jak można zauważyć na powyższym rysunku, w niespełna 88 proc. przypadków przewidywania te były pozytywne (21 tekstów). Nie stwierdziłam w analizowanych tekstach ani jednego przypadku negatywnego postrzegania przyszłości kariery Blechacza. W pozostałych trzech tekstach przewidywania te były raczej neutralne. Można to wytłumaczyć treścią wszystkich analizowanych publikacji omówionych we wcześniejszych częściach artykułu – pianisty nie postrzegano źle, wręcz przeciwnie – kreowany był na młodego, skromnego wirtuoza z nienagannym warsztatem, którego gra porywa publiczność. Trudno na takiej podstawie przewidywać zakończenie kariery bądź jej zmarnowanie przez tak dobrze zapowiadającego się muzyka.

PODSUMOWANIE

Badanie, którego wyniki częściowo przedstawiono w niniejszym artykule, pozwala na sformułowanie kilku wniosków. Nie ulega wątpliwości, że wizerunek Rafała Blechacza kreowany przez dwa polskie dzienniki: „Rzeczpospolitą” oraz „Gazetę Wyborczą” w latach 2005–2017 jest pozytywny. Niemal wszystkie wytypowane do badania materiały opisywały postać pianisty w sposób dla niego korzystny i przychylny. Trudno bowiem krytykować młodego artystę, który (jak wynika z artykułów prasowych) rozsławia dobre imię Polski na arenie międzynarodowej swoją zachwycającą grą i przynosi swoim rodakom wiele powodów do dumy i radości. Po ponad dekadzie, jaka upłynęła od jego historycznego zwycięstwa, Blechacz nie jest już tak popularny na skalę krajową i zapewne na zawsze pozostanie

„tym, który wygrał konkurs”. Świadczyć o tym może m.in. fakt, że informacja o przyznaniu mu „pianistycznego Nobla” w 2014 roku, bardzo cenionego na świecie wyróżnienia, została opublikowana jedynie w sieci, w tym w serwisach internetowych „Gazety Wyborczej” („Rafał Blechacz otrzymał prestiżową Gilmore Artist Award – 300 tys. dol.”, 2014) i „Rzeczpospolitej” (Marczyński, 2014), i pominięta w wydaniu papierowym.

Jak wspomniano wcześniej, Blechacz przez wielu będzie utożsamiany ze zwycięzcą konkursu chopinowskiego i takim mianem również określały go analizowane dzienniki, podtrzymując taki stan rzeczy. Jeśli zaś nie zwycięzca – to bohater, laureat bądź triumfator. Wszystkie sformułowania odnoszące się do tego, kim jest Blechacz, są nacechowane bardzo pozytywnie, czego potwierdzeniem mogą być również przykłady określeń, takich jak: ikona polskiej pianistyki, dobro narodowe bądź gwiazda muzyki poważnej. Nie da się też zaprzeczyć, że Blechacz dla autorów badanych tekstów stał się niemal synonimem skromności – zarówno na estradzie, jak i w życiu. Sam pianista rzadko udzielał informacji o sobie, co prawdopodobnie potęgowało takie wrażenie, a dodatkowo wpływ na nie może mieć również fakt, że Blechacz nie zwykł wracać po kilka razy na scenę wzywany oklaskami publiczności – szczególnie na początku swojej kariery. Oprócz skromności, wyróżniana była także jego naturalność w prezentacji swoich interpretacji, niebywały talent oraz – co za tym idzie – wybitność muzyka. Wiele słów zostało także poświęconych opisom jego gry, bo to przecież ona warunkuje sukces lub porażkę muzyka. W przypadku Blechacza nie ma mowy o niepowodzeniach – jego gra nazywana była po prostu rewelacyjną i dojrzałą mimo młodego wówczas wieku pianisty, wzbudzającą zachwyt publiczności swoją swobodą i techniczną perfekcją. Należy też zwrócić uwagę na fakt, że chwalono pianistę również za zdroworozsądkowe prowadzenie swojej międzynarodowej kariery oraz za silne dążenie do nieustannego rozwoju. Stwierdzam, że wizerunek Rafała Blechacza kreowany przez wspomniane wcześniej dzienniki można określić jako wręcz nieskazitelnym – jednoznacznie pozytywnym. To ustalenie wydaje się interesujące, bowiem rzadko wśród bohaterów współczesnych mediów można odnaleźć postaci opisywane jednoznacznie pozytywnie.

Teksty opublikowane w „Gazecie Wyborczej” oraz „Rzeczpospolitej” miały zbliżoną formę, objętość, nie różniły się pod względem językowym. W obydwu dziennikach autorzy artykułów stosowali wiele epitetów i porównań, a także bardziej rozbudowanych opisów (szczególnie dotyczących sposobu gry Blechacza).

Podczas analizowania wizerunku osób publicznych działających w sferze muzyki poważnej należy również pamiętać o szczególnym kontekście – muzyka klasyczna nie pojawia się często w polskich mediach. W prasie jej temat poruszany jest rzadko, a pism jej poświęconych praktycznie nie ma. Radio, uznawane za najbardziej związane z szeroko pojętą muzyką, jest medium oferującym słuchaczom audycje poświęcone klasyce, jednak głównie w stacjach jej dedykowanych. Trudno zaprezentować w należyty sposób muzykę w telewizji, ponieważ jest ona sztuką audialną, poza tym muzyka poważna najlepiej odbierana jest na żywo. Jedynie internet oferuje użytkownikom dostęp do niezliczonej liczby blogów, serwisów i innych materiałów związanych z tym typem muzyki. Nie ulega jednak wątpliwości, że generalnie rzecz biorąc, media masowe nastawione są na propagowanie muzyki rozrywkowej czy tanecznej, ponieważ jest ona zdecydowanie popularniejsza wśród odbiorców.

BIBLIOGRAFIA

DRUKI ZWARTÉ:

- Aronson, E., Wilson, T., Akert, R. (2012). *Psychologia społeczna*. Poznań: Wydawnictwo Zys i S-ka.
- Brückner, A. (1927). *Słownik etymologiczny języka polskiego*, Kraków: Krakowska Spółka Wydawnicza.
- Budzyńska-Daca, A. (2016). Wizerunek własny jako wizerunek medialny na podstawie badań wideo-CV. W: A. Budzyńska-Daca, A. Kampka, K. Molek-Kozakowska (red.), *Retoryka wizerunku medialnego* (s. 275-296). Warszawa: Polskie Towarzystwo Retoryczne.
- Cialdini, R. (2017). *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Czaplińska, P. (2015). Strategia budowania wizerunku osób znanych. W: A. Grzegorzczak (red.), *Perswazyjne wykorzystanie wizerunku osób znanych* (s. 8-38). Warszawa: Wyższa Szkoła Promocji.
- Czopek, M., Chomont-Parzyńska, D., Czerwińska, D., Kołodziej, M., Kudzia, R., Morawska, B., Ostrowska, A., Szymkowiak, A. (2016). Rola mediów w kreowaniu wizerunku, *Zeszyty Naukowe Uczelni Jana Wyżykowskiego. Studia z nauk społecznych*, 9, 79-94.
- Gackowski, T., Łączyński, M. (2008). *Analiza wizerunku medialnego*, Warszawa: Instytut Dziennikarstwa Uniwersytetu Warszawskiego.

- Gałązka, W. (2008). *Gotowych faktów nie ma. Kreacja informacji oraz wizerunku publicznego i medialnego*, Wrocław: Dolnośląska Szkoła Wyższa Edukacji TWP.
- Grech, M. (2012). *Badanie wizerunku: ludzie, marki branże. Seria projektowanie komunikacji*, Łódź: Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Wrocławskiego.
- Molek-Kozakowska, K. (2016). O wizerunkowości sfery publicznej i jej analizie retorycznej. W: A. Budzyńska-Daca, A. Kampka, K. Molek-Kozakowska (red.), *Retoryka wizerunku medialnego* (s. 5-21). Warszawa: Polskie Towarzystwo Retoryczne.
- Molęda-Zdziech, M. (2013). *Czas celebrytów. Mediatyzacja życia publicznego*, Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Sarna, P., Sarna, A. (2015). (Nie)stereotypowy obraz artysty, *Przegląd Nauk Stosowanych*, 7, 17-28.
- Sobczak, B. (2016). Kreowanie autorytetów medialnych. W: A. Budzyńska-Daca, A. Kampka, K. Molek-Kozakowska (red.), *Retoryka wizerunku medialnego*, s. 225-250, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Retoryczne.
- Wojcik, K. (2001). *Public relations od A do Z*, Warszawa: Agencja Wydawnicza Placet.

ARTYKUŁY PRASOWE:

- Cieślak, J. (2006). Bez gali, ale sprawiedliwie. *Rzeczpospolita*, 77, 14.
- Dębowska, A. (2006). Blechacz nasz eksportowy, *Gazeta Wyborcza*, 53, 14.
- Dębowska, A. (2006). Muzyka wypełnia moje życie, *Gazeta Wyborcza*, 51, 7.
- Dębowska, A. (2010). Panorama pianistycznych osobowości, *Gazeta Wyborcza*, 51, 6.
- Hawryluk, J. (2013). Filozofia Blechacza, *Gazeta Wyborcza*, 218, 18.
- Hawryluk, J. (2006). Trzej pianiści w Warszawie, *Gazeta Wyborcza*, 64, 14.
- Marczyński, J. (2007). Blechacz pięknie gra Chopina, *Rzeczpospolita*, 226, 19.
- Marczyński, J. (2006). Dwa odmienne światy, *Rzeczpospolita*, 52, 11.
- Marczyński, J. (2006). Egzamin po konkursie, *Rzeczpospolita*, 47, dodatek „Warszawski Informator Rzeczpospolitej”, 2.
- Marczyński, J. (2008). Nie zamierzam wyjechać z Nakła, *Rzeczpospolita*, 230, 18–19.
- Marczyński, J. (2006). O wyższości poezji nad matematyką, *Rzeczpospolita*, 197, 9.



Marczyński, J. (2009). Polak idzie w ślady mistrzów, *Rzeczpospolita*, 218, 19.

Torańska, T. (2005). Aleś, bracie, narozrabiał, *Gazeta Wyborcza*, 48, dodatek „Duży Format”, 12.

ŹRÓDŁA INTERNETOWE:

Marczyński J. (2014), *Rafał Blechacz zdobył prestiżową Gilmore Artist Award*, Pobrane z: <http://www.rp.pl/artykul/1077533-Rafal-Blechacz-zdobyl-prestizowa-Gilmore-Artist-Award.html> (27.04.2018).

Nagrody TV Polonia „Za sławienie Polski i polskości” (2006), Pobrane z: <https://wiadomosci.wp.pl/nagrody-tv-polonia-za-slawienie-polski-i-polskosc-6108697052304001a> (23.04.2018).

Order Odrodzenia Polski dla Rafała Blechacza (2015), Pobrane z: <http://www.prezydent.pl/archiwum-bronislawa-komorowskiego/aktualnosci/order-y-i-odznaczenia/art,1423,order-odrodzenia-polski-dla-rafa-la-blechacza.html> (25.03.2018).

Rafał Blechacz otrzymał prestiżową Gilmore Artist Award – 300 tys. dol. (2014), Pobrane z: http://wyborcza.pl/1,76842,15238384,Rafal_Blechacz_otrzymal_prestizowa_Gilmore_Artist.html (12.03.2018).

Wręczenie medali Gloria Artis (2011), Pobrane z: <http://www.mkidn.gov.pl/pages/posts/wreczenie-medali-gloria-artis-2023.php?searchresult=1&string=blechacz> (25.03.2018).





► **Sławomir Doległo** – doktorant na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, gdzie w ramach przygotowań rozprawy doktorskiej bada praktyki medialne młodego pokolenia Polaków związane z pamięcią o drugiej wojnie światowej. Do jego zainteresowań badawczych należą postpamięć, intertekstualność, mitologia współczesna i ponowoczesne społeczeństwo konsumpcyjne.

Przywracanie pamięci Barbarze Sadowskiej w reportażu Cezarego Łazarewicza „Żeby nie było śladów. Sprawa Grzegorza Przemyka”

Sławomir Doległo

slawomirdoleglo@gmail.com

UNIwersytet Jagielloński

ABSTRAKT

Barbara Sadowska (1940–1986) była poetką i działaczką opozycji demokratycznej – człowiekiem przyjaźni, współczucia i ofiarnej pomocy, jak wspominają ją przyjaciele. Przez niemal całe dorosłe życie dzieliła się tym, co wymierne i niewymierne z ofiarami komunistycznych opresji – wspierała postulaty warszawskich studentów w marcu 1968 roku i działaczy KOR-u w latach 1976–1977, niosła pomoc i pocieszenie krewnym internowanych w czasie stanu wojennego, angażowała się w inicjatywy walczących piórem literatów i rodzącej się Solidarności. Uznana za poetkę bez dorobku, została skazana na całkowite zapomnienie przez prominentnych działaczy PZPR i padła ofiarą brutalnej kampanii zniesławienia po reżimowym morderstwie jej jedyne go syna. W niniejszym artykule podjęto próbę rekonstrukcji sylwetki Barbary Sadowskiej na podstawie powieści reportażowej Cezarego Łazarewicza *Żeby nie było śladów. Sprawa Grzegorza Przemyka*, odsłaniającej kulisy owej peerelowskiej zbrodni.

SŁOWA KLUCZOWE: PAMIĘĆ, REPORTAŻ, POEZJA, TOTALITARYZM, OPOZYCJA DEMOKRATYCZNA

ABSTRACT

Barbara Sadowska (1940–1986) was a Polish poet and an activist of democratic opposition against communist regime, a human of familiarity, altruism and compassion. She shared both calculable and imponderable benevolence with the victims of communistic repressions – she supported protests of Polish students in March 1968 and Workers' Defence Committee between 1976 and 1977, she heartened the relatives of people arrested and detained during the Martial law in Poland (1981–1983), she got involved with Solidarity movement. Presumed to be a valueless author and the system antagonist, she was condemned to social oblivion by the prominent figures in Polish United Workers' Party and brutally traduced after the regime assassination of her son Grzegorz Przemyk. The article is an attempt to reconstruction the biography of Barbara Sadowska, emerging from the reportage by Cezary Łazarewicz, who presents mentioned crime behind the scenes.

KEYWORDS: MEMORIALISATION, REPORTAGE, POETRY, TOTALITARIANISM, DEMOCRATIC OPPOSITION

”

Doległo, S. (2018),
Przywracanie pamięci Barbarze
Sadowskiej w reportażu
Cezarego Łazarewicza „Żeby nie
było śladów. Sprawa Grzegorza
Przemyka”,

Com.press, 4 (1), s. 100-117.
www.compress.edu.pl

WSTĘP

Śmierć Grzegorza Przemyka w maju 1983 roku wstrząsnęła Warszawą, Polską i Europą Zachodnią. Skatowany przez funkcjonariuszy Milicji Obywatelskiej maturzysta stał się jedną z najmłodszych ofiar stanu wojennego i ponad czterdziestoletniego aparatu represji, panującego w Polsce po zakończeniu drugiej wojny światowej. Jego oprawcy nigdy nie zostali należycie ukarani, a zbudowana przez prominentnych polityków PRL piramida kłamstw na temat okoliczności zbrodni stała się książkowym przykładem niesprawiedliwości. Ponad trzydzieści lat po śmierci Grzegorza reporter Cezary Łazarewicz postanowił skrupulatnie odtworzyć przebieg wydarzeń następujących po 14 maja 1983 roku, odsłaniając ich rodzinne i polityczne tło, demaskując cynizm władz komunistycznych i wskazując na bezradność wymiaru sprawiedliwości III RP. Przemyślana konstrukcja powieści reportażowej Łazarewicza pozwala czytelnikowi poznać losy nie tylko warszawskiego maturzysty, ale i jego matki, zapomnianej poetki i działaczki opozycyjnej. Celem artykułu jest rekonstrukcja sylwetki Barbary Sadowskiej wyłaniającej się z reportażowej narracji, ukazującej ją jako osobę wyróżniającą się nieprzeciętną wrażliwością poetycką i ogólnoludzką.

Pierre Nora, francuski historyk i badacz praktyk społecznych związanych z przeszłością przekonuje, że współcześnie „mówimy wiele o pamięci, bo tak niewiele z niej pozostało” (Nora, 2011, s. 20). Jego zdaniem coraz szybsze osuwanie się teraźniejszości w przeszłość, a także poczucie, że wszystko może bezpowrotnie zniknąć, nakazuje nam nieustannie konkretyzować pamięć w miejscach, gdzie zachowało się poczucie ciągłości historycznej. Imperatyw tworzenia coraz to nowszych *lieux de mémoire* zaowocował rozwojem tzw. boomu pamięciowego, który według niemieckiego literaturoznawcy Andreea Huyssena wyraża współczesną obsesję na punkcie przeszłości w wymiarze zarówno politycznym, społecznym, kulturowym, jak i naukowym. W swoich rozważaniach przekonuje on, iż od kilku dziesięcioleci żyjemy w czasach uprzywilejowanych dla pamięci, i podkreśla, że przeszłość sama z siebie nie jest tożsama z pamięcią – by mogła się nią stać, musi zostać wyartykułowana (Huyssen, 1995). Pierre Nora rozwija tę myśl w następujący sposób:

Pamięć zawsze znała tylko dwie formy legitymizacji: historyczną i literacką. Rozwijały się one równolegle, lecz dotąd zawsze oddzielnie. Dziś granica między nimi się zaciera. Tuż po śmierci pamięci-historii i pamięci-literatury narodził się nowy rodzaj historii,

który swój prestiż i legitymizację czerpie z nowej relacji z przeszłością. Historia stała się możliwa do zastąpienia wyobraźnią – dlatego ostatni punkt oporu tracącej rację bytu literatury to zarazem czas rozkwitu powieści historycznej, moda na spersonalizowane dokumenty, literacki renesans dramatu historycznego, sukces oralnej opowieści historycznej. Produktem nowej wrażliwości jest nasze zainteresowanie tymi *lieux de mémoire*, które zakotwiczą, kondensują i wyrażają wyczerpany kapitał pamięci zbiorowej (Nora, 2011, s. 27).

Spostrzeżenia cytowanych badaczy wprowadzają dyskusję na temat pamięci w porządek reprezentacji znajdujących wyraz w setkach opracowań historycznych, tekstów literackich (szczególnie *non-fiction*), ekspozycjach muzealnych i dziełach sztuki popularnej. Masowy charakter tego typu przekazów według Andreasa Huyssena jest związany z polityczną koniunkturą praktyk upamiętniania, a także ekspansją nowych mediów, upowszechniających reprezentacje pamięci (Huyssen, 2003). Demokratyczny dostęp do *lieux de mémoire* przyczynia się do kształtowania nowego typu wrażliwości historycznej, koniecznej do prowadzenia międzypokoleniowego dialogu. W obliczu wszechogarniającego kryzysu wartości, pogłębiających się podziałów i nieetycznych praktyk w przestrzeni komunikacyjnej ów dialog wydaje się niezbędny do budowania tak bardzo potrzebnego społeczeństwa obywatelskiego.

WYBRAŃCY BOGÓW UMIERAJĄ MŁODO

Każda literatura ma swoich twórców wyklętych. Żyją na marginesie głównego obiegu, odcinają się od niego, poszukują własnych dróg. Odrzuceni za życia, po śmierci stają się przedmiotem kultu. *Poètes maudits, enfants terribles* swoich czasów, tacy jak William Blake (1757–1827), Charles Baudelaire (1821–1867), Edward Stachura (1937–1979), Jim Morrison (1943–1971) czy Rafał Wojaczek (1945–1971), którego *Modlitwę bohaterów* nastoletni Grzegorz Przemyk (1964–1983) wypisał flamastrem na ścianie swojego pokoju, „nieopodal ogromnej mapy świata z zakreśloną (...) trasą jego wielkiej podróży, która się już nie zdarzy” (Łazarewicz, 2016a, s. 14). Po tragicznej śmierci maturzysty w maju 1983 r. przyjaciółka domu, Marta Kucharska (była narzeczona Edwarda Stachury), wyznała

przygotowującemu swój reportaż Wojciechowi Tochmanowi: „Wszyscy mówili Grzesiowi, że jest podobny do Wojaczka. Z nim się utożsamiał” (Tochman, 1997).

„Na tle swojej klasy stanowił dużą indywidualność” (Łazarewicz, 2016a, s. 87) – napisali w charakterystyce dołączonej do symbolicznego świadectwa maturalnego nauczyciele Grzegorza z Liceum im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Warszawie. Od najmłodszych lat „charakteryzowało go niezależne myślenie, siedł pod prąd, miał swoje zdanie” (Łazarewicz, 2016a, s. 130).

Kolegom z klasy mówił, że jego ulubionym poetą jest Baczyński, zespołem – Beatlesi, a filmem – *Czas apokalipsy* Francisa Forda Coppoli. „Żył w innym świecie, ponad wszystkim, co się dookoła działo – mówią ci, którzy pamiętają” (Tochman, 1997). „Przejawiał obojętność wobec dóbr materialnych, był niesterowalny, a jednocześnie życzliwy i tolerancyjny” (Łazarewicz, 2016a, s. 130). „(...) Przyjął pozę buntu wobec świata. Bo świat był przeciw niemu, straszny i dominujący” (Tochman, 1997).

Choć uczniem był przeciętnym i z ledwością przechodził z klasy do klasy, w opinii nauczycieli i kolegów uchodził za zdolnego humanistę. Na lekcjach języka polskiego wyróżniał się bardzo dobrą znajomością współczesnej literatury i szerokim spojrzeniem na kulturę. Szczególnym zamiłowaniem darzył film, teatr i sztuki plastyczne. Na gitarze naśladował swoich idoli – bardów Jacka Kleyffa i Jacka Kaczmarskiego. Przejawiał talent poetycki. Jego wiersze skrywały strach, krew, pot, śmierć, jak u Rimbauda, Baudelaire’a, Wojaczka i Stachury. Pytany o wisielczy nastrój swoich literackich prób, odpowiadał cytatem z Nietzschego – „wybrańcy bogów umierają młodo (lecz później żyją wiecznie w ich towarzystwie)”. „(...) Nośił chlebak odziedziczony po Edwardzie Stachurze i z papierosem w ustach ochrypłym głosem śpiewał jego piosenki. Wiedział, kto to jest Czesław Miłosz i na języku polskim dyskutował o nim z profesorką. Miał mamę poetkę. Ona działała u świętego Marcina i na dodatek znała kiedyś Rafała Wojaczka. Nikt z dzieci swych warszawskich mieszczańskich rodziców nie znał nazwisk: Baudelaire, Verlaine i Rimbaud – francuskich poetów przeklętych. Grzegorz mówił ich wiersze z namaszczeniem” (Tochman, 1997).

Rozmówcy reportażu Wojciecha Tochmana, wspominając Grzegorza Przemyka, mówią przymiotnikami: „mądry, inteligentny, otwarty, tolerancyjny, czytany, dobry, serdeczny, ciepły, życzliwy, wrażliwy, uczuciowy, pogodny, niezwykły, niebywały, inny”. Przyznają, że skupiał w sobie i umiał wyrazić wiele z aury tamtego pokolenia – szarej i niemej subkultury dzieci stanu wojennego. „To był miły, sympatyczny, bardzo wrażliwy



chłopak. Miał tylko pecha, że był synem Basi Sadowskiej – inwigilowanej i zastraszanej przez SB” (Łazarewicz, 2016a, s. 154) – przyznał Cezaremu Łazarewiczowi Piotr Kadłcik, działacz społeczności żydowskiej i opozycji demokratycznej w PRL, przyjaciel Grzegorza, który uczył go gry na gitarze i towarzyszył mu w feralny wieczór 12 maja 1983 roku. Słowa Kadłcika korespondują z prowokacyjnym stwierdzeniem z reportażu Tochmana: „Grzegorz Przymek umarł wczesnym popołudniem. Miał 19 lat. Był maturzystą Liceum im. Modrzewskiego. Był synem Barbary Sadowskiej, poetki. Niektórzy spośród jej przyjaciół mówią dzisiaj: gdyby nie taka Basia, nie jej dom, nie byłoby takiego Grzesia. Nie byłoby tej śmierci...” (Tochman, 1997).

Grzegorz zmarł 14 maja 1983 roku, trzy dni przed swoimi dziewiętnastymi urodzinami, kilka dni przed zakończeniem egzaminów maturalnych. Dwa dni wcześniej razem z przyjaciółmi świętował na warszawskiej starówce pomyślnie zdane egzaminy pisemne z języka polskiego i historii. Był 12 maja, przeddzień siedemnastej miesięcznicy wprowadzenia stanu wojennego i czterdziesta ósma rocznica śmierci marszałka Józefa Piłsudskiego. To właśnie z uwagi na nią w Warszawie podwyższono środki ostrożności w obawie przed ewentualnymi manifestacjami i zakłóceniem porządku publicznego przez działaczy zdelegalizowanej Solidarności. Ostrzeżenia przed możliwymi zamieszkami z pewnością dotarły do patrolującego teren placu Zamkowego szeregowego Ireneusza Kościuka z XIII Kompanii Operacyjnej ZOMO. To on zauważył Grzegorza, gdy ten w przypływie euforii próbował wskoczyć na plecy swojego przyjaciela Czarka F. Po bezskutecznej próbie wylegitymowania rozbawionych maturzystów mundurowi przewieźli ich na komisariat mieszczący się przy ul. Jezuickiej 1/3, gdzie dotkliwie pobili Grzegorza Przemyka. Instruowani przez przebywającego w dyżurce sierżanta Arkadiusza Denkiewicza: „Bijcie tak, żeby nie było śladów”.

W TRZYDZIESTĄ ROCZNICĘ ŚMIERCI

Cezary Łazarewicz, autor reportażu o sprawie Grzegorza Przemyka, jest tylko dwa lata młodszy od skatowanego przez zomowców maturzysty. Urodził się w 1966 roku w Darłowie. Jak sam przyznaje,

(...) do mojego nadmorskiego miasteczka z dużym opóźnieniem docierały wieści z Warszawy. Sprawa Przemyka poruszyła nas, często rozmawialiśmy o niej w szkole. Jeździliśmy na koncerty rockowe i doświadczaaliśmy na własnej skórze brutalności milicji.

Wiedzieliśmy, że są ścieżki zdrowia, że biją w komisariatach i w zaułkach ulic. To, co się stało z Przemykiem, było bardzo prawdopodobne (Łazarewicz, 2016a, s. 212).

Zawodowo Łazarewicz spotkał się z tematem śmierci warszawskiego maturzysty w 1997 roku w „Gazecie Wyborczej”, kiedy jego redakcyjny kolega Wojciech Tochman dotarł do naocznego świadka wydarzeń z 12 maja 1983 roku, Cezarego F. Jak wspomina:

Czarek F. miał wtedy trzydzieści pięć lat, był bezrobotny. Posmutniały, posiwiały, postarzały. Tak go opisywał Tochman. Znów był najważniejszym świadkiem, którego zeznania mogły pogrążyć Ireneusza Kościuka i Arkadiusza Denkiewicza. Tochman opowiadał, że F. jest nieufny i wciąż się boi o życie swoje i najbliższych – żony i dzieci. Mówił Tochmanowi, że niedawno spłonął mu zakład stolarski, który prowadził z ojcem. Twierdził, że mógł to nie być przypadek, dlatego prosi reportera, by nie ujawniał w tekście jego nazwiska. „Jest zgorzkniały, każde zdanie zanim wypowie, przemyśli pięć razy. Zero emocji, pełna kontrola” – pisze o nim reporter. Rozczarowało go nowe śledztwo i proces. – To wszystko fikcja, a nie sprawiedliwość – stwierdził. Mówił, że obecne działania prokuratury niewiele różnią się od tych z lat osiemdziesiątych. – Muszę dojść prawdy – powtarzał Tochmanowi (Łazarewicz, 2016a, s. 212–213).

Drugi proces w sprawie zabójstwa Grzegorza Przemyka ruszył w 1993 roku i już na początku został okrzyknięty jednym z najważniejszych postępowań rozliczeniowych ostatnich dekad komunizmu. Wyrok został ogłoszony 4 kwietnia 1997 roku, siedem lat po wszczęciu śledztwa. Oskarżony o próbę zniszczenia milicyjnych akt Przemyka pułkownik Kazimierz Otłowski, były dyrektor Biura Dochodzeniowo-Śledczego KG MO, został skazany na półtora roku więzienia, Arkadiusz Denkiewicz – na dwa lata za podżeganie do bicia maturzysty, a bijący Ireneusz Kościuk (ku własnemu zaskoczeniu) został uniewinniony. Przewodnicząca składu orzekającego Barbara Sierpińska w ustnym uzasadnieniu wyroku *explicite* przyznała się do porażki. „Nie była w stanie wskazać osoby, która zadała śmiertelny cios maturzyście, choć z całą pewnością stało się to w komisariacie przy Jezuickiej. Kto bił Przemyka? Tego sąd nie ustalił” (Łazarewicz, 2016a, s. 286). Prokuratura, nie mogąc zaakceptować tego rozstrzygnięcia, składała nowe

apelacje, jednak bezskutecznie – kolejne sądy orzekały na korzyść Kościuka. W styczniu 2001 roku Sąd Apelacyjny w Warszawie orzekł, że jego sprawa się przedawniła i odmówił zbadania obciążających go zarzutów. Osiem miesięcy później Sąd Najwyższy uchylił ten wyrok, przez co akt oskarżenia wobec Kościuka ponownie trafił na wokandę. W 2008 roku były zomowiec został uznany za winnego śmiertelnego pobicia Grzegorza Przemyka i skazany na osiem lat więzienia (z powodu amnestii wyrok złagodzonego o połowę), ale obrona oskarżonego po raz kolejny podniosła w apelacji kwestię przedawnienia. Ostatecznie sprawa Ireneusza Kościuka została zakończona w lipcu 2010 roku – dwadzieścia siedem lat po pobiciu maturzysty Sąd Najwyższy definitywnie umorzył postępowanie. „Matactwa z czasów komunistycznych okazały się skuteczne – powiedziała w ostatnim słowie sędzia Małgorzata Gierszon” (Łazarewicz, 2016a, s. 286).

Atmosferę towarzyszącą wznowionemu procesowi w sprawie śmierci Grzegorza Przemyka oddaje treść listu otwartego napisanego przez świadka koronnego Cezarego F., dołączonego do akt sprawy:

Dzisiaj jest bardzo trudno mówić o szczegółach tej sprawy. Minęło dwadzieścia lat. W pamięci zostały tylko drastyczne sceny z komisarzami i krzyk Grzegorza. To, o czym należy pamiętać, stało się natomiast później. Była to ostra walka o prawdę, godność, zdrowie. Czy można nie zapytać, dlaczego na ławie oskarżonych siedzi tylko pułkownik, i to w dodatku były milicjant? Czy to wszyscy? Kto prowadził śledztwo, szykanował, groził, upadł w prasie i telewizji, jakie siły naciskały na moją rodzinę, kto nas inwigilował, groził utratą życia, straszył? Kto obiecywał wyjazdy, obce szkoły, aż w końcu w ostateczności mówił, tuż przed pierwszą rozprawą, „że to na nic i tak nie wygracie procesu”. Kiedy pan Kiszczak poznał moją rodzinę, co o niej pisał w swojej książce, dla jakich celów wzywał świadków do MSW, do pokoju, w którym wisi mapa z miastem Stalinogród? (Łazarewicz, 2016a, s. 282).

Autorką innego listu dołączonego do akt sprawy Grzegorza Przemyka, jest jego matka – Barbara Sadowska. Napisała go jako oskarżyciel posiłkowy 30 maja 1984 roku, ponad dwadzieścia miesięcy po tragicznej śmierci syna, w przeddzień otwarcia przewodu sądowego, który z uwagą śledziły zachodnie media. W pełnych gorzkości słowach przyznała:

„Nie chcę firmować swym udziałem procesu i legitymizować tego, co dzieje się w tej sprawie. Udział mój [w procesie] stał się dla władzy wygodnym parawanem dla nadania pozorów prawa – złej woli, która przejawia się w śledztwie od samego początku. (...) Ludzie o miedzianym czole, utożsamiający milicję z władzą, postanowili poświęcić prawdę dla swoich doraźnych korzyści, skompromitować wymiar sprawiedliwości w Polsce cynicznymi manipulacjami, które będą kiedyś książkowym przykładem niesprawiedliwości. Nie przypuszczam, żeby nastąpiło to prędko. Będzie to w takich czasach, kiedy systematyczne bezczeszczenie grobu mojego świętej pamięci syna Grzegorza będzie już tylko haniebnym znakiem dzisiejszej rzeczywistości” (Łazarewicz, 2016a, s. 241–242).

Po dwudziestu dziewięciu latach Cezary Łazarewicz odnalazł list Barbary Sadowskiej w czytelni Sądu Okręgowego w Warszawie, kiedy wertował akta sprawy śmiertelnie pobitego Grzegorza Przemyka, zbierając materiał do artykułu z okazji trzydziestej rocznicy jego śmierci. Poczuł, że jest jego adresatem. Jak przyznaje we wstępie swojego reportażu: „zgodnie z jej przewidywaniami nikt przez lata nie odpowiedział na apel, choć miała wielu przyjaciół wśród dziennikarzy i pisarzy. Nie chcieli się z tym babrać? Brakło im siły? Było na to za wcześnie? Padło na mnie – pomyślałem” (Łazarewicz, 2016a, s. 9). Owocem jego prywatnego dziennikarskiego śledztwa jest powieść reportażowa *Żeby nie było śladów. Sprawa Grzegorza Przemyka*, która ukazała się w lutym 2016 roku nakładem Wydawnictwa Czarne. Łazarewicz szczegółowo odtwarza w niej historię zamordowanego maturzysty, pokazuje cynizm władz komunistycznych zacierających ślady zbrodni i mataczących w prowadzonym śledztwie, a także demaskuje propagandową kampanię zniesławienia otoczenia Grzegorza Przemyka i jego matki, poetki zaangażowanej w niesienie pomocy ofiarom komunistycznych represji.

BARBARA – SUMIENIE NARODU

„Z wycinków gazet, skrawków papieru, starych pocztówek, poślizniętych listów, pustych kopert, zdjęć, rysunków, zapisanych serwetek, kartek wyrwanych z kalendarza próbuję odtworzyć jej życie” (Łazarewicz, 2016a, s. 62) – wyjaśnia Cezary Łazarewicz na początku pierwszego rozdziału poświęconego bezpośrednio Barbarze Sadowskiej. W jego reportażu rozdziały



te przeplatają opisywane miesiąc po miesiącu następstwo wydarzeń z maja 1983 roku. Życiorys poetki został odtworzony przede wszystkim na podstawie dokumentów i pamiątek zgromadzonych przez warszawski Ośrodek Karta, który działając na zasadach organizacji non-profit, dokumentuje i popularyzuje wydarzenia z najnowszej historii Polski i Europy Środkowo-Wschodniej. Zgromadzona przez ośrodek kolekcja *Solidarność – Narodziny Ruchu* w ramach programu *Pamięć Świata* została wpisana na listę najważniejszych światowych zbiorów archiwalnych przez Międzynarodowy Komitet Doradczy UNESCO.

Barbara urodziła się 24 lutego 1940 roku przy paryskim Boulevard Ney, ciągnącym się na prawym brzegu Sekwany i przylegającym do Montmartre'u – dzielnicy malarzy i poetów, jako córka Czesława i Jadwigi Sadowskich. Jej matka wyjechała do Francji w 1935 roku, gdzie szybko znalazła pracę jako instruktorka wychowania fizycznego. Figurujący w akcie urodzenia Czesław Sadowski, łódzki malarz, którego Jadwiga poślubiła, zanim samotnie przeprowadziła się do Paryża, nie był biologicznym ojcem Barbary. Był nim Franciszek Obrębski – Polak pracujący we francuskiej oświacie, a po wybuchu wojny związany z tamtejszym ruchem oporu. „Franciszek to największa miłość mojej matki. To cała jej Francja” (Łazarewicz, 2016a, s. 63) – pisała Barbara w liście opublikowanym w 1996 roku przez poetę Stanisława Czyża. Dwa lata po narodzinach Basi Obrębski został wywieziony do obozu koncentracyjnego w Neuengamme, gdzie mimo ciężkich warunków doczekał niemal końca wojny. Zginął razem z ośmioma tysiącami ewakuowanych więźniów w czasie angielskiego bombardowania Hamburga 3 maja 1945 roku.

W najstarszych wspomnieniach Barbary utrwalił się „brak domu jakiegokolwiek (...), jakieś winnice, naloty, wysadzanie mostu (...), werandy, szczury, szparagi, brzoskwinie, saboty, magnolie” (Łazarewicz, 2016a, s. 63). Swój pierwszy życiorys spisała dziecięcym charakterem pisma, fioletowym atramentem na kartce wyrwanej z zeszytu:

„Do Polski przyjechałam w 1946 roku. Zamieszkaliśmy w Sopocie, po czym zaczęłam uczęszczać w 1947 roku do szkoły podstawowej w Oliwie. W 1949 roku przyjechałam do Warszawy, gdzie ukończyłam 7 klas Szkoły Podstawowej nr 133 w roku 1953. W roku szkolnym 1953/1954 uczęszczałam do Państwowego Liceum Technik Plastycznych, lecz po trzech miesiącach przerwałam naukę. Obecnie uczęszczam na wydział rzeźby i rysunku w Młodzieżowym Domu Kultury” (Łazarewicz, 2016a, s. 65).

Wyrzucono ją z zakopiańskiego Zespołu Szkół Plastycznych im. Antoniego Kenera. Ostatecznie cztery lata spędziła w Państwowym Liceum Sztuk Plastycznych przy Myśliwieckiej w Warszawie. W 1957 roku na łamach tygodnika „Nowa Kultura” miał miejsce jej debiut poetycki. „Nowa Kultura” uchodziła wówczas za najważniejsze polskie pismo kulturalne. Wiersze Barbary szybko zyskały uznanie redaktora naczelnego Wiktora Woroszyńskiego, który postanowił zaopiekować się młodą poetką, prowadząc ją przez życie, aż do jej śmierci. Woroszyński to jeden z najważniejszych powojennych poetów. Choć zaliczany do pokolenia „pryszczatych”, był zagorzałym krytykiem komunizmu. Na własne oczy zobaczył bowiem, jak krwawo Armia Radziecka stłumiła węgierską rewolucję z 1956 roku.

Z pierwszego spotkania z Sadowską zapamiętał jej puszyste, jasne włosy spięte w koński ogon i zuchwały uśmiech. „Czuliśmy, że mamy do czynienia z kimś nieprzeciętnym, z osobowością poetycką, autentyczną w każdym swoim drgnieniu, z człowiekiem, który nie przejdzie przez życie bez śladu” – pisał po latach o spotkaniu z siedemnastolatką (Łazarewicz, 2016a, s. 67).

W materiałach zgromadzonych w Ośrodku Karta Cezary Łazarewicz odnalazł wyciętą z „Tygodnika Powszechnego” recenzję drugiego tomiku wierszy Barbary Sadowskiej pióra Jacka Łukasiewicza. Krytyk pisał w niej:

„Wybitnych zjawisk w poezji nigdy nie jest za wiele. Trzeba więc zwracać na nie uwagę. Wybitny jest zbiór wierszy Barbary Sadowskiej »Nad ogniem«. (...) Jest poszukiwaniem rozpaczliwym i jest to poszukiwanie absolutnie bezkompromisowe. Nie ma tu nic zbędnego. Poezja ta jest ciemna. Nie ma żadnego mizdrzenia się. W tej poezji byłoby ono niemożliwe. Czuć imperatyw spraw najważniejszych, nierozmieniać się na detale. Rozpaczliwe poszukiwanie spójni ze światem budowane jest ze strzępków związków rodzinnych. Świat tych wierszy jest autonomiczny, nie jest naśladowaniem i nie może być przez nikogo naśladowany. Ten tomik wierszy nie powinien zostać przygnieciony stosem zbiorów letnich i nijakich, pozerskich i fałszywych” (Łazarewicz, 2016a, s. 67).

Sukcesy twórcze Barbary nie szły jednak w parze z edukacyjnymi. W 1960 roku Jadwiga Sadowska pisała w jednym z listów:

„u niej powoli wytwarza się kompleks na punkcie nieuctwa, taki, że zaczęła negocjować wszystko, co miało związek z wiedzą. To bardzo dla człowieka niebezpieczne. Dlatego życzę jej, aby jej się udało z egzaminem, który będzie zdawać. W styczniu egzamin do klasy maturalnej, a w czerwcu matura” (Łazarewicz, 2016a, s. 69).

Kryzys egzystencjalny Barbary nasilił się po nieprzystąpieniu do owych egzaminów – miała dwadzieścia lat, debiut poetycki w dużym wydawnictwie (Iskry), entuzjastyczne recenzje w prasie literackiej, ale nie licząc podstawówki, nie posiadała żadnego formalnego wykształcenia. W 1962 roku Jadwiga zapisała córkę do wieczorowego liceum na warszawskiej Pradze i rozpoczęła poszukiwania korepetytora, z którym mogłaby poprawić wyniki z przedmiotów ścisłych. Na anons Jadwigi Sadowskiej odpowiedział dwudziestodwuletni student Wydziału Mechanicznego Energetyki i Lotnictwa Politechniki Warszawskiej, Leopold Przemysław.

Barbara i Leopold pobrali się w grudniu 1963 roku, wcześniej Barbara pomyślnie przeszła przez egzaminy maturalne. 17 maja 1964 roku w szpitalu przy ul. Karowej w Warszawie przyszedł na świat ich syn Grzegorz. Pytana o swoje pozapoetyckie zainteresowania, Barbara przyznała w wywiadzie dla „Sztandaru Młodych”:

„Dałam życie drugiemu człowiekowi. Świat, który się otworzył, okazał się światem zwielokrotnionym, światem, który chciałabym zrozumieć, uratować. Staram się poświęcić jak najwięcej czasu wychowaniu syna Grzegorza. Radości stąd wypływającej nie zastąpi żadna nowo wydana książka” (Łazarewicz, 2016a, s. 75). Po śmierci Barbary jej przyjaciółka Marta Kucharska wyzna Wojciechowi Tochmanowi: „[Grześ] był jedynym jasnym punktem jej życia” (Tochman, 1997).

Małżeństwo Barbary i Leopolda przetrwało zaledwie sześć lat. Ojciec Grzegorza nie był w stanie zaakceptować „improwizacyjnego stosunku żony do obowiązków i codzienności” (Łazarewicz, 2016a, s. 73). W *Wypominkach* Joanny Siedleckiej (Siedlecka, 1996) Cezary Łazarewicz natrafił na takie wyznanie Leopolda: „inżynier i poetka to dwa różne światy pod każdym względem (...). Gdy ma się małe dziecko, trudno żyć jak Cyganie. Musiałem przecież wstawać rano do pracy, często jeszcze odwozić Grzesia do żłobka, a potem go zabierać” (Łazarewicz, 2016a, s. 73).

Podobne spojrzenie na małżeństwo odnalazł w pozwie rozwodowym Barbary Sadowskiej:

„początkowo próbowaliśmy zachować pozory, ale tego się nie dało utrzymać. Kontakty towarzyskie były bardzo luźne, ale mąż się na nie zgadzał. Nie przewidziałam komplikacji, a męża znałam krótko. Ceniłam go za charakter, lecz nie zdawałam sobie sprawy z różnic. Przyczyną ustania małżeństwa były różnice pomiędzy nami i niemożność porozumienia we wszystkich kwestiach” (Łazarewicz, 2016a, s. 75).

Barbara nie potrafiła zaakceptować uporządkowanego stylu życia, jaki dyktowało tradycyjnie pojmowane małżeństwo, podobnie jak nie uznawała „opresyjnego stylu wychowania dzieci. Podczas pobytu w liberalnej Szwecji w 1974 roku podpatrzyła, że dzieci są tu wolne i traktowane po partnersku, a nie strofowane i przymuszane” (Łazarewicz, 2016a, s. 76). Tę atmosferę partnerstwa i wolności przez całe życie Grzegorza pielęgnowała w swoim mieszkaniu na jedenastym piętrze wysokościowca przy ul. Władysława Hibnera. Roztaczała ją nie tylko nad synem, ale każdym, kto przekroczył jego progi. Na gościnę Barbary mogli liczyć w szczególności członkowie legendarnego klubu Hybrydy – warszawskiego „matecznika” artystycznego, z którymi w pierwszej kolejności dzieliła się swoimi utworami. Młodzi twórcy uważali się za wybrańców bogów. Byli bowiem pierwszym pokoleniem polskich poetów wolnym od wojen, powstań i walki narodowyzwolenczej. Mogli oderwać się od patriotycznej retoryki, zrzucając z ramion płaszcz Konrada, przemówić własnym, niepokornym głosem. Zbigniew Jarzyna tak pisał o tym w przedmowie do tomiku *Otwarte niebo, wieczny sen* Barbary Sadowskiej:

Czytaliśmy wtedy to, co się powszechnie czytało (...) – Camusa, Kafkę, Sartre’a, Eliota, francuski numer „Twórczości”. Fascynowały nas Ryby Buffeta, Picasso z okresu różowego, impresjoniści. Wróblewski, Nowosielski. Oglądaliśmy: Felliniego, Antonioniego (przede wszystkim *Przygodę*), Bergmana. Słuchaliśmy Berga, Bartoka, Szymanowskiego. I to był nasz udział w powszechnych fascynacjach. Ale ja zapamiętałam nasze dwie całkiem intymne lektury: *Ścieżkę pajęczych gwiazd* Italo Calvino i *Światłość świata* Laxnessa. A co Basia wtedy śpiewała? Na pewno *Only you* Édith Piaf, *Dianę* Paula Anki (Łazarewicz, 2016a, s. 72–73).

Tak mijały dni i noce przy Hibnera, przy wzajemnej sympatii, obdarowywaniu tomikami wierszy, niekończących się rozmowach o poezji i wódce lejącej się strumieniami.

Każdy mógł wjechać na górę i wejść do mieszkania na jedynym piętrze: przyjaciele i znajomi albo ktoś przed chwilą spotkany na ulicy. Każdy mógł coś przynieść do jedzenia albo nie przynosić nic. Barbara gościła, czym miała, a gotowała świetnie. Koczowali tu niedoceniani albo zakazani artyści, poeci przeklęci (Ratoń, Stachura, Milczewski-Bruno, inni). Wszyscy słuchali Janis Joplin, mówili wiersze francuskich poetów, wspominali Wojaczka, trzymali kciuki za sądzonych robotników. (...) W tym domu zawsze dbano o człowieka (Tochman, 1997).

Tak wspomina to Marta Kucharska: „Wydaje mi się, że był tam cały świat (...). Przychodzili profesorowie i dzieci z warszawskiego pigalaka albo dworca, Basia przygarniała je do siebie, karmiła i przytulała. Pochylała się nad każdą ludzką biedą. Pewnie i ja, po śmierci Edka, z tego kłucza tam do niej trafiłam i mieszkalam przez pół roku” (Łazarewicz, 2016a, s. 101). „Ten dom był nie w Paryżu, ale w socjalistycznej Warszawie!” (Tochman, 1997). W tej rutynie dorastał mały Grzegorz Przemyk, karmiąc swoją poetycką wrażliwość. W domu ojca znajdował to, czego brakowało mu we własnym: „przewidywalność, rygor i ciepłe posiłki o określonej porze (...)” (Łazarewicz, 2016a, s. 77).

Za wroga ustroju Barbara Sadowska została uznana w sierpniu 1975 roku, kiedy próbowała wwieźć do Polski wydawnictwa paryskiej „Kultury”. Służbie Bezpieczeństwa udało się ustalić, że zakazane w kraju książki otrzymała od Jerzego Giedroycia. Niedługo później odkryto także jej związki z Jackiem Kuroniem, od którego pobierała nauki w warszawskim liceum plastycznym, i „komandosami”, którzy zapoczątkowali demonstracje studenckie w marcu 1968 roku, a także popierającymi ich literatami. W styczniu 1976 roku Barbara Sadowska wraz z najbardziej wpływowymi pisarzami złożyła podpis pod zainicjowaną przez Wiktora Woroszyńskiego petycję do Sejmu, protestując przeciwko planowanym zmianom w Konstytucji PRL, ograniczającym wolność i podporządkowującym Polskę Związkowi Radzieckiemu. Petycja była pierwszym zbiorowym wystąpieniem polskiej inteligencji przeciwko polityce PZPR. Jej sygnatariusze bardzo szybko skupili na sobie uwagę organów ścigania. Swoją pierwszą rozmowę dyscyplinującą Barbara odbyła 25 stycznia 1977 roku. W odręcznej notatce

sporządzonej przez przesłuchującego ją podporucznika przeczytać można: „stwierdziła, że petycję podpisała, kierując się jedynie zdrowym rozsądkiem, mając wyłącznie na uwadze dobro kraju i narodu. Nie myślała o tym, że może to być jakiś akt politycznie wrogi. Uważała zaś, że taka petycja będzie częściowo pomocna w rozwiązywaniu przejściowych sytuacji konfliktowych. (...) Na koniec zacytowała Norwida, mówiąc, że autor musi być sumieniem narodu” (Łazarewicz, 2016a, s. 96). Tego samego roku Służba Bezpieczeństwa zatrudniła agenta, który w ramach swojej pracy operacyjnej miał zbliżyć się do Barbary i poznać jej otoczenie, które w mieszkaniu przy Hibnera organizowało „wrogie ustrojowi” spotkania. Tymczasem polityka była jej zupełnie odległa. Choć należała do politycznej opozycji, pozostawała na jej marginesie, prowadząc działalność bardziej towarzyską niż ideologiczną.

Po wprowadzeniu stanu wojennego Barbara zaangażowała się w działalność Prymasowskiego Komitetu Pomocy Osobom Pozbawionym Wolności i ich Rodzinom powołanego 21 grudnia 1982 roku przez prymasa Józefa Glempa przy kościele pod wezwaniem św. Marcina na Starym Mieście. Prowadził on ewidencję internowanych, odnotowywał represje i przypadki łamania praw człowieka, rozdzierał przesyłaną z Zachodu żywność i leki, organizował kolonie dla dzieci szykanowanych związkowców. Był jedynym takim miejscem w Polsce, gdzie zwykły człowiek mógł dowiedzieć się czegoś o losie bliskich, wyciągniętych z domów w nocy z 12 na 13 grudnia i wywiezionych w nieznanym kierunku. Barbara dyżurowała w komitecie od rana do nocy – „cicha jak myszka, pracowita jak mrówka, bojowa jak żołnierz” (Łazarewicz, 2016a, s. 141). Niosła pomoc i otuchę siostronom, żonom i matkom internowanych, przyjeżdżającym z całego kraju. Żyła na pograniczu dwóch światów – jawnego w Komitecie Prymasowskim i konspiracyjnego, z nielegalnymi biuletynami i symbolicznymi gestami. Zgodnie z instrukcją władz podziemnej Solidarności w czasie trwania „Dziennika Telewizyjnego” gasiła światło w mieszkaniu, wystawiając w oknie zapaloną świecę, nie kupowała reżimowej prasy, modliła się w kościele trzynastego dnia każdego miesiąca, kolportowała wśród znajomych powielaczowe gazetki z krzepiącymi hasłami: „WRONa skona”, „Zima wasza, wiosna nasza”. W oczekiwaniu na nią, mimo stanu wojennego, godziny milicyjnej, pałowania, inwigilowania, na Hibnera toczyło się bujne życie towarzyskie – z alkoholem, muzyką, śpiewami i politycznym dyskursem w tle.

Kilkakrotnie zatrzymana za swoją działalność opozycyjną, zastraszana przez funkcjonariuszy bezpieki, pobita podczas szturmów milicji na kwaterę

Komitetu Prymasowskiego 3 maja 1983 roku, Barbara „żyła na co dzień w (...) niekonwencjonalności i nieprzystosowaniu, wręcz fizycznej niezdolności do elementarnego konformizmu życiowego” (Łazarewicz, 2016a, s. 262). „Jej życie skończyło się wraz ze śmiercią syna” – przyznał w jednym z wywiadów Cezary Łazarewicz (Łazarewicz, 2016).

„Po jego śmierci pękło jej serce. Wszystko się pokręciło. Ukochane jej dziecko nie żyje, winnych nie ma, sprawę władza zamyka pod dywan, zło zwycięża. Cały świat stanął na głowie. Była jak wilczyca, której wyrwano płód z trzewi. On przecież był jej częścią. Nadzieją na ciąg dalszy. Na Jezuickiej zatłukli najpiękniejszą jej cząstkę” (Łazarewicz, 2016a, s. 228–229) – opowiadała Łazarewiczowi Marta Kucharska.

Barbara Sadowska zmarła 1 października 1986 roku, przegrywając ciężką walkę z chorobą nowotworową. Nie doczekała się sprawiedliwości po zabójstwie ukochanego syna, podobnie jak Leopold Przemyski, który zmarł już w wolnej Polsce. Owa sprawiedliwość zresztą nigdy nie nadeszła. Stojąc nad trumną przyjaciółki, Witold Woroszyński wspominał:

Basia była człowiekiem przyjaźni, współczucia, pomocy. Często ponad przeciętność, zdolność zrozumienia tego i odwzajemnienia. Obdarzała bliźnich hojnością swojej duszy, a także, gdy zachodziła potrzeba, dzieliła się tym, co materialne, wymierne, choćby dachem nad głową, przygarniając bezdomnych i zabłąkanych. (...) Była kimś rzadkim, nie literatką, a poetką właśnie, nieznającą granicy między własnym istnieniem a słowem... Była w niej kruchość, a zarazem ogromna siła. Był smutek i zarazem, mimo ciosów spadających na nią przez wszystkie lata z jakąś mściwą regularnością, mimo chorób, nieszczęść, krzywd, strat, była w niej jakaś żywiołowa radość, promiennosc, witalność (...). Żegnaj Basiu, dziecko Boga, męczeńska matko Grzesia, człowieku wielkiego ducha, nasza przyjaciółko, poetko, której prawdziwy wymiar odstąpi się jeszcze niejednym oczom (Łazarewicz, 2016a, s. 261–262).

Ostatni tomik wierszy Barbary Sadowskiej ukazał się w niewielkim nakładzie w 1997 roku. Jej hermetyczne wiersze z lat sześćdziesiątych i siedemdziesiątych zostały zapomniane. Podobnie jak te z lat osiemdziesiątych, poświęcone pamięci syna. Basia „została całkowicie zapomniana”

(Łazarewicz, 2016a, s. 264) – oznajmił Cezaremu Łazarewiczowi Józef Piniór, legendarny opozycjonista, jej najbliższy przyjaciel z ostatnich lat życia. Zapytany dlaczego, tłumaczył:

„nie pasuje na sztandary ani lewicy, bo jest zbyt konserwatywna, ani prawicy, bo zbyt rozrywkowa. Jest zupełnie poza dzisiejszym podziałem polityczno-kulturowym. Nikt nie jest w stanie jej adoptować, bo nie ma tej Polski, do której ona kiedyś należała” (Łazarewicz, 2016a, s. 264).

ŚLADY POZOSTAŁY

Grzegorz Przemyk obok Stanisława Pyjasa i Janka Wiśniewskiego stał się najbardziej rozpoznawalną ofiarą opresyjnego systemu władzy panującej w Polsce przez ponad cztery dekady. Choć jego sprawa nigdy nie doczekała się sprawiedliwego rozstrzygnięcia, w świadomości Polaków utrwaliły się nikczemne mechanizmy totalitarnej maszyny mataczenia, sterowanej przez prominentnych polityków schyłku Polskiej Rzeczypospolitej Ludowej. Cezary Łazarewicz te mechanizmy odtworzył, a przede wszystkim przywrócił pamięć zamordowanemu maturzyście i jego matce, eksponując ich humanizm i poetycką wrażliwość. 1 października 2017 roku, w trzydziestą pierwszą rocznicę śmierci Barbary Sadowskiej, otrzymał Literacką Nagrodę Nike, będąc autorem pierwszego reportażu uhonorowanego tym wyróżnieniem. Na motywach jego powieści powstał spektakl *Żeby nie było śladów*, wystawiany na deskach Teatru Polonia w Warszawie. Jan P. Matuszyński, reżyser *Ostatniej rodziny*, przedstawiającej losy Beksińskich, zapowiedział, że przeniesie na duży ekran tragiczną historię Grzegorza Przemyka. Premierę filmu zaplanowano na rok 2020.

BIBLIOGRAFIA

- Huyssen, A. (2003). *Present Past. Urban Palimpsests and the Politics of Memory*. Stanford CA: Stanford University Press.
- Huyssen, A. (1995). *Twilight Memories. Making Time in a Culture of Amnesia*. New York, London: Routledge.
- Krall, H. (1990). *Trudności ze wstawianiem. Okna*. Warszawa: Wydawnictwo Alfa.
- Łazarewicz C. (2016). *Była jak wilczyca. Hanna Krall przypomina Barbarę Sadowską, poetkę i matkę Grzegorza Przemyka*, Pobrane z: <http://wyborcza.pl/duzyformat/1,127290,20794044,byla-jak-wilczyca-hanna-krall-przypomina-barbare-sadowska.html> (23.10.2018).
- Łazarewicz, C. (2016a). *Żeby nie było śladów. Sprawa Grzegorza Przemyka*. Wołowiec: Wydawnictwo Czarne.
- Nora, P. (2011). Między pamięcią a historią: lieux de mémoire. *Didaskalia. Gazeta Teatralna*, 105, 20–27.
- Orzechowski, H. (2018), *Bili tak, by nie było śladów. A jednak o zabójstwie Grzegorza Przemyka dowiedział się świat*, Pobrane z: <https://www.newsweek.pl/polska/spoleczenstwo/cezary-lazarewicz-zeby-nie-bylo-sladow-sprawa-grzegorza-przemyka-wywiad/stwevhp> (23.10.2018).
- Sadowska, B. (1997). *Otwarte niebo, wieczny sen*. Warszawa: Spółdzielnia Wydawnicza Anagram.
- Saryusz-Wolska, M., Traba, R. (red.) (2014). *Modi memorandi. Leksykon kultury pamięci*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Scholar.
- Siedlecka, J. (1996). *Wypominki*. Warszawa: Wydawnictwo ABC.
- Tochman, W. (1997), *Przemyk, Grzegorz (1964–1983)*, Pobrane z: <http://wyborcza.pl/1,75402,140201.html> (23.10.2018).
- Tochman, W. (1995), *Świadek*, Pobrane z: <http://www.archiwum.wyborcza.pl/Archiwum/1,0,194291,19950916RP-DGW,SWIADEK.html> (23.10.2018).
- Wysocki, M. (2000). *Osaczony złem*. Warszawa: Wydawnictwo Bodiliani.

